



Universidade de Brasília
Faculdade de Comunicação
Departamento de Jornalismo

Flávia Pinheiro Said

**“Elas por Elas”:
a produção do episódio-piloto de uma série jornalística de *podcasts*
sobre participação e representatividade de mulheres na política**

Brasília, julho de 2020



Universidade de Brasília
Faculdade de Comunicação
Departamento de Jornalismo

Flávia Pinheiro Said

**“Elas por Elas”:
a produção do episódio-piloto de uma série jornalística de *podcasts*
sobre participação e representatividade de mulheres na política**

Projeto Final apresentado ao Curso de Graduação em Jornalismo da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (UnB) como requisito para a obtenção do título de Bacharela em Jornalismo.
Orientador: Prof. Dr. Elton Bruno Barbosa Pinheiro.

Brasília, julho de 2020

Flávia Pinheiro Said

**“Elas por Elas”:
a produção do episódio-piloto de uma série jornalística de *podcasts*
sobre participação e representatividade de mulheres na política**

Brasília, 31 de julho de 2020.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Elton Bruno Barbosa Pinheiro (Orientador)

Prof.^a Dra. Rafiza Luziani Varão Ribeiro Carvalho

Prof.^a MSc. Josianne Diniz

Prof.^a Dra. Helena Santiago Vigata (Suplente)

AGRADECIMENTOS

Apesar de uma escolha óbvia que dispensava maiores justificativas, a decisão de cursar uma segunda graduação foi uma difícil tomada de posição em busca do meu lugar no mundo e de um papel social de que pudesse me orgulhar. Ao aceitar dar alguns passos para trás em prol da minha realização profissional, vejo esses quatro anos como um ato de coragem. A opção – dia após dia – pelo jornalismo, com todos os seus percalços, talvez seja outro ato de coragem do qual “estou ciente e quero continuar”.

Em face de tudo o que vivi, sou grata a Deus por me mostrar que o tempo, sempre ele, é rei e senhor dos nossos destinos. Que tudo na vida acontece quando tem de acontecer, nem antes nem depois. O tempo de Deus é tempo rei.

Quando veio a pandemia de Covid-19, pensei que não seria capaz de encerrar este capítulo no prazo que tinha proposto. Mas a vida se impõe e depois de tanto nadar em busca desse suado diploma de jornalista, não poderia morrer na praia. Por isso, agradeço imensamente ao meu orientador e parente de sobrenome por me ajudar a completar esta etapa, ainda que fora das condições ideais. Posso dizer com todas as letras que fui orientada nesse árduo processo por um professor dedicado.

Agradeço, ainda, às convidadas do episódio-piloto, Elen Geraldine e Gisele Pimenta, que qualificaram as discussões com apontamentos e comentários muito valiosos. Sem vocês talvez esse projeto não seria realidade. Muito obrigada pelas ricas contribuições!

Sem ranquear agradecimentos, direciono minha gratidão aos grandes exemplos de valorização do estudo e do trabalho que tive em casa: meu pai e minha mãe. Pai, que eu sempre possa contar com sua leitura atenta e crítica (e suas dicas de português também). Minha formação intelectual está na sua conta. Mãe, obrigada por acreditar no meu potencial e por ensinar que meu trabalho é meu marido – ele é mesmo! Informá-los será mais do que um prazer, será uma honra.

Às três pessoas que mais incentivaram minha escolha tardia pelo jornalismo: meus irmãos Amanda e Gabriel e meu namorado Victor, meu eterno agradecimento. Viver com quem ama o que faz e faz o que ama é simplesmente “glorioso” (espero que entendam a referência). Obrigada por acreditarem na minha capacidade de retirar

as pedras do caminho e por me colocarem para cima. A torcida de vocês foi, é e sempre será meu combustível.

Aos servidores e técnicos da UnB, que sempre conservaram uma faculdade estruturalmente bem cuidada e emocionalmente acolhedora, meu muito obrigada. Aos colegas e professores de FAC, vocês têm em mim uma admiradora. Como gostei de ser inspirada nesses últimos quatro anos por mentes tão talentosas e criativas... Especial obrigada às amigas Isa Gouveia, Isa Castilhos, Marina Julião e Mariah Aquino. A sororidade sempre se impôs nas nossas relações e por isso sou grata. Além do que, vocês certamente me ajudaram a me manter jovem e *millennial*, mesmo que em meu processo mais importante de amadurecimento.

Às amigas de escola e de vida – Mayana, Gabi, Cinara, Flávia e Amanda –, que falta me fizeram nos corredores da UnB nessa segunda graduação. O tempo não volta, mas o amor também não muda, e esse é meu alento. Sei que sempre encontrarei apoio e abrigo nos braços de quem me conhece desde quando eu não fazia a menor ideia de quem era.

Por fim, faço as pazes com minha primeira graduação – ciência política –, certa de que ela, além de mostrar que meu futuro estava em outro compartimento, também me trouxe uma bagagem cultural e amizades que carrego comigo – Ângela, Manu, Jéssica Oliveira e Jéssica Assaf, vocês fizeram valer a pena aquela primeira volta.

No mais, grata à universidade que por duas vezes me recebeu e que foi a grande responsável pelo despertar do meu senso social, político, cultural e humano. Serei sempre orgulhosa da minha *alma mater*. Até breve, UnB!

*“You will get there, if you go where your passion leads you.”
(Você vai chegar lá, se você for onde sua paixão te levar.)*
Anne with an E

RESUMO

Este trabalho de conclusão de curso descreve o ciclo completo de consecução do episódio-piloto da série de *podcasts* jornalísticos “Elas por Elas”, sobre a pauta das mulheres na política. O piloto é voltado à abordagem compreensiva e ao debate sobre a representação das mulheres na política brasileira pela mídia do país. Como procedimento metodológico, a análise de conteúdo permitiu uma incursão na chamada “podosfera”, com exames de programas/*podcasts* jornalísticos. Essa análise levou à escolha pelas entrevistas em áudio, enquanto formato jornalístico condutor. Por meio de uma interface com a academia em termos de teorias políticas de gênero, o trabalho visa a oferecer uma contribuição à pauta. A experimentação técnica, por sua vez, ajuda a refletir sobre a produção de *podcasts* jornalísticos temáticos, sem, contudo, esgotar suas possibilidades. Concluiu-se que o *podcast* possui caráter multimídia e hipertextual e permite exploração de uma mesma pauta de forma inovadora, ainda que empreste do radiojornalismo linguagem, formatos e estrutura.

Palavras-chave: Jornalismo. *Podcast*. Mulheres. Política. Representatividade.

ABSTRACT

This monograph describes the complete production cycle of the pilot episode of a series of journalistic podcasts called “Elas por Elas”, on the topic women in politics. The pilot is focused on the comprehensive approach and the debate on the representation of women in Brazilian politics by the country’s media. As a methodological procedure, content analysis allowed an incursion into the so-called “podosphere”, with exams of journalistic programs / podcasts. This analysis led to the choice of audio interviews, as a conducting journalistic format. Through an interface with the academy in terms of political gender theories, the work also sought to make contributions to the topic. Technical experimentation, in turn, helps to reflect on the production of thematic journalistic podcasts, without, however, exhausting its possibilities. It was concluded that the podcast has a multimedia and hypertextual character and allows exploration of the same subject in an innovative way, even though it borrows language, formats and structure from radio journalism.

Keywords: Journalism. Podcast. Women. Politics. Representativeness.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Capa da série de *podcasts* “Elas por Elas”. Elaboração de Vinicius Vinhal.....46

Figura 2: Capa do piloto da série de *podcasts* “Elas por Elas”, intitulado: “A Cobertura Jornalística de Mulheres na Política”. Elaboração de Vinicius Vinhal.....46

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Síntese dos objetivos de pesquisa e produção do *podcast* “Elas por Elas”.....18

Quadro 2: Definição preliminar das convidadas do *podcast* “Elas por Elas”.....42

Quadro 3: Sinopse e estrutura dos demais episódios do *podcast* “Elas por Elas”.....51

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	12
1.1 Apresentação.....	12
1.2 Contextualização.....	13
1.3 O objeto e a problemática de pesquisa.....	17
1.4 Síntese dos objetivos da pesquisa.....	17
1.5 Justificativa.....	19
1.5.1 Do objeto jornalístico.....	19
1.5.2 Da série de <i>podcasts</i>	20
1.5.3 Da estratégia do episódio-piloto.....	21
2. EIXOS DE ARTICULAÇÃO TEÓRICA.....	22
2.1 Do meio e da linguagem sonora.....	22
2.1.1 Do fenômeno dos <i>podcasts</i>	24
2.1.2 <i>Podcasts</i> e jornalismo.....	27
2.2 Da pauta.....	29
3. REFLEXÕES SOBRE O MÉTODO.....	30
3.1 A contribuição da análise de conteúdo.....	32
3.2 Entrevista como formato jornalístico condutor.....	34
4. ETAPAS DE PRODUÇÃO DO <i>PODCAST</i> “ELAS POR ELAS”	36
4.1 Pré-produção.....	36
4.1.1 Definição do tema e objetivo.....	36
4.1.2 Delimitação do público de interesse.....	37
4.1.3 Escolha do nome.....	37
4.1.4 Escolha do gênero e do formato.....	38
4.1.5 Duração e periodicidade.....	39

4.1.6	Formação da equipe.....	39
4.1.7	Formas de distribuição.....	40
4.1.8	Estruturação das rotinas de produção.....	40
4.2	Produção.....	41
4.2.1	Definição da pauta de cada episódio.....	42
4.2.2	Pesquisa sobre a pauta.....	42
4.2.3	Definição de convidadas/entrevistadas e contatos.....	43
4.2.4	Definição de formatos acessórios.....	43
4.2.5	Pesquisa sonora.....	43
4.2.6	Roteirização/ <i>script</i>	44
4.2.7	Ensaio e preparação de estúdio.....	44
4.2.8	Gravação.....	43
4.2.9	Repases dos arquivos em áudio.....	45
4.2.10	Identidade visual.....	45
4.3	Pós-produção.....	47
4.3.1	Edição.....	47
4.3.2	Decupagem e limpeza.....	47
4.3.3	Sonorização.....	48
4.3.4	Direitos autorais.....	48
4.3.5	Acessibilidade.....	49
4.4	Publicação e distribuição.....	50
5.	EPISÓDIOS.....	51
5.1	Sinopse e estrutura.....	51
5.2	<i>Teaser</i>	52
5.3	Episódio-piloto.....	52
6.	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	53
7.	REFERÊNCIAS.....	55
8.	APÊNDICES.....	59
A.	Transcrição acessível do episódio-piloto.....	59
B.	Transcrição acessível do <i>teaser</i>	85

C. Imagem da capa e descrição acessível.....	87
D. Imagem da capa do episódio-piloto e descrição acessível	88
E. Interface do <i>podcast</i> no <i>site</i> do Laboratório de Áudio.....	89
F. Interface do <i>podcast</i> na plataforma de <i>streaming</i> <i>Spotify</i>	90
G. Interface do <i>podcast</i> na plataforma de <i>streaming</i> <i>SoundCloud</i>	91
H. Interface do <i>podcast</i> na rede de comunicação <i>online</i> <i>Instagram</i>	92
I. Modelo de pauta do episódio-piloto.....	93
J. Roteiro do episódio-piloto.....	98
K. Roteiro do episódio 1.....	102
L. Roteiro do episódio 2.....	106
M. Roteiro do episódio 3.....	108
N. Roteiro do episódio 4.....	110

1 INTRODUÇÃO

1.1 Apresentação

Este Trabalho de Conclusão de Curso se propôs a abordar e desenvolver, de modo reflexivo-analítico e aplicado, a pauta da participação e da representatividade de mulheres na política por meio de uma série de *podcasts*. A escolha pela produção de conteúdo jornalístico na modalidade radiofônica *podcast* deve-se ao fenômeno da chamada “podosfera” no Brasil e no mundo, com expansão do número de ouvintes-leitoras(es) e de programas em plataformas como *Spotify*, *SoundCloud* e *iTunes*. Ademais, essa modalidade de conteúdo em áudio foi selecionada em função de sua capacidade de, pela linguagem que utiliza – a sonora –, promover de modo diferenciado, o aprofundamento e elucidação de temas diversos, vinculando-se, assim, aos próprios objetivos do jornalismo interpretativo.

No contexto de experimentação e inovação, foi produzido um episódio-piloto que trata da cobertura jornalística de mulheres na política, com a presença de duas jornalistas e acadêmicas da Comunicação. O episódio – em certa medida, metalinguístico – ajudaria a desdobrar a série em outros programas, por meio de um conteúdo programático que perpassaria a política institucional sem, contudo, se limitar a ela. O episódio-piloto está disponibilizado nas plataformas de *streaming* do *Spotify*¹ e *Soundcloud*² e no *site* do LabAudio/UnB³. Também poderá circular entre emissoras públicas, educativas, comunitárias ou alternativas, desde que com os devidos créditos.

Com a pandemia do novo coronavírus e a suspensão do calendário acadêmico do primeiro semestre de 2020 na Universidade de Brasília (UnB)⁴, as condições de

¹ No *Spotify*, o *podcast* pode ser acessado em: <https://open.spotify.com/show/0EI6hLWzAjBkU5OoxfEX3j>.

² No *SoundCloud*, o *podcast* pode ser acessado em: <https://soundcloud.com/flavia-said>.

³ No *site* do Laboratório de Áudio da Faculdade de Comunicação da UnB, o *podcast* pode ser acessado em: http://labaudio.unb.br/index.php?option=com_content&view=article&id=225&Itemid=978.

⁴ No dia 23 de março de 2020, o Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão (CEPE) da UnB decidiu suspender o calendário acadêmico do primeiro semestre de 2020 pelo tempo que durar a situação de emergência de saúde relacionada à pandemia do novo coronavírus no Distrito Federal. A resolução do CEPE permite bancas de defesa de Trabalho de Conclusão de Curso, de qualificação e defesa de dissertação ou tese, desde que exclusivamente de modo não presencial. Íntegra da resolução: https://sei.unb.br/sei/publicacoes/controlador_publicacoes.php?acao=publicacao_visualizar&id_documento=5751795&id_orgao_publicacao=0. Acesso em: 25 jun. 2020.

produção, acesso às fontes e aos recursos técnicos da FAC/UnB ficaram comprometidas e, em considerável medida, tensionaram o processo de gravação de todos os episódios previstos para a série. Com isso, o projeto foi readaptado à nova realidade e delimitou a gravação de um episódio-piloto como seu produto experimental, mas também se voltou à roteirização dos demais episódios que comporão a primeira temporada do *podcast* “Elas por Elas”. A pesquisa teórica, por sua vez, foi expandida e redirecionada, o que permitiu que questões de acessibilidade para o público sensorialmente diverso, por exemplo, fossem abordadas.

O trabalho textual está estruturado da seguinte forma: após esta apresentação inicial, são feitas a contextualização, a exposição do objeto e da problemática de pesquisa. Em seguida, são descritos os objetivos e a justificativa do trabalho. No segundo tópico, são apresentados os eixos de articulação teórica que nortearam a pesquisa, abordando aspectos tanto do meio quanto da pauta. Em terceiro lugar, apresenta-se uma reflexão sobre o método, que envolve a abordagem da análise de conteúdo e a realização de entrevistas. Nessa direção, o trabalho segue abordando as etapas de produção, a sinopse e a estrutura dos demais episódios. Destarte, são apresentadas as considerações finais, nas quais foram sintetizadas as principais reflexões levantadas ao longo do trabalho. Nos apêndices, constam os roteiros dos episódios propostos para a série, inclusive daqueles que não chegaram a ser gravados, e as transcrições acessíveis do *teaser* e do episódio-piloto.

1.2 Contextualização

Oitenta e nove anos depois da conquista do direito ao voto feminino no Brasil, mulheres continuam ocupando um espaço muito reduzido nas posições de poder. Os cientistas políticos Luis Felipe Miguel e Flávia Biroli (2009) afirmam que a busca por uma presença maior das mulheres nos espaços decisórios se insere em um movimento mais amplo, que investiga a subrepresentação política de vários grupos sociais nas democracias contemporâneas.

Segundo os referidos autores, com o reconhecimento do problema, muitos países passaram a adotar políticas para ampliar a presença desses grupos nas esferas representativas (MIGUEL & BIROLI, 2009, p. 66). No caso do gênero, foram adotadas cotas eleitorais para incentivar o aumento de mulheres na política. No Brasil, a [Lei nº 9.504/1997](#), que estabelece normas para as eleições, prevê que cada partido

ou coligação deva preencher o mínimo de 30% (trinta por cento) e o máximo de 70% (setenta por cento) para candidaturas de cada sexo em eleições proporcionais – ou seja, para a Câmara dos Deputados, as Assembleias Legislativas, as Câmaras Municipais e a Câmara Legislativa do Distrito Federal. Com isso, um contingente de ao menos 30% fica reservado para candidaturas femininas.

No entanto, análises de composição das Casas legislativas mostram que o estímulo às candidaturas de mulheres não tem se revertido em aumento expressivo do número de mulheres em espaços decisórios. Apesar do que prevê a legislação quanto à proporcionalidade de gênero para candidaturas, o Legislativo nacional se mantém distante de uma equiparação em termos numéricos. Nas eleições de 2018, o número de mulheres eleitas cresceu 52,6% em relação a 2014, mas as mulheres representaram apenas 16,20% do total de eleitos, segundo dados do Tribunal Superior Eleitoral (TSE)⁵.

Em 2020, há 77 deputadas federais em um universo de 513 vagas e 13 senadoras dentre 81 senadores. Além disso, dados da Câmara dos Deputados evidenciam que, nas eleições de 2018, estados como Maranhão, Sergipe e Amazonas não elegeram nenhuma mulher⁶.

No Executivo federal, em que não há nenhum estímulo formal à candidatura de mulheres, foram necessários 122 anos para que uma mulher chegasse à chefia de Estado e de governo do país, com a ex-presidenta⁷ Dilma Rousseff (2011-2016). No que se refere aos cargos de livre provimento do(a) presidente da República, observa-se que o número de mulheres no primeiro escalão do governo federal nunca foi equivalente ao de homens. O recorde no número de mulheres ministras foi

⁵ Informação extraída do portal do TSE, disponível em: <<http://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2019/Marco/numero-de-mulheres-eleitas-em-2018-cresce-52-6-em-relacao-a-2014>>. Acesso em 9 jul. 2019.

⁶ Informação extraída do portal da Câmara dos Deputados, disponível em: <<https://www2.camara.leg.br/camaranoticias/noticias/POLITICA/564035-BANCADA-FEMININA-NA-CAMARA-SOBE-DE-51-PARA-77-DEPUTADAS.html>>. Acesso em 24 jun. 2019.

⁷ Quando eleita pela primeira vez, em 2010, Dilma Rousseff disse que gostaria de ser chamada de “presidenta”. A opção marcava um fato inédito na história brasileira, mas também levou a um amplo debate entre jornalistas, acadêmicos e linguistas. Segundo o dicionário Houaiss, “presidenta” é a forma feminina de “presidente”. O Aurélio, ao explicar o significado de “presidente”, define que a palavra pode ser usada tanto no masculino quanto no feminino, não havendo erro em nenhuma das duas formas. Um antecedente na América Latina é o de Cristina Kirchner, na Argentina. Eleita para a chefia do Executivo argentino em 2007, ela solicitou que veículos de imprensa e equipe de governo a chamassem de “presidenta”. Para marcar posição, este trabalho optou pela flexão do termo no feminino.

observado no primeiro mandato da ex-presidenta Dilma, quando nove mulheres assumiram o primeiro escalão. Ainda assim, o número representava um percentual pequeno do total de 37 ministérios (mulheres eram apenas 24,3%). Atualmente, dos 22 ministros do governo de Jair Bolsonaro, há apenas duas mulheres.

Por seu turno, o Judiciário, o mais hermético dos poderes, repete o padrão: o Supremo Tribunal Federal (STF) conta com duas mulheres dentre os 11 ministros. Há 20 anos, um presidente indicava pela primeira vez uma mulher para ocupar vaga no Supremo. Ellen Gracie Northfleet foi nomeada por Fernando Henrique Cardoso e ocupou uma cadeira no STF entre 2000 e 2011, tendo presidido a corte entre 2006 e 2008. Depois, somente mais duas mulheres foram indicadas – Cármen Lúcia, que também presidiu a corte, entre 2016 e 2018, e Rosa Weber. Sendo assim, apenas três mulheres integraram a Suprema Corte brasileira em toda a história da República, de um total de 168 ministros.

Cabe estabelecer uma distinção entre os conceitos de “representação” e “representatividade”. Em *O conceito de representação*, de 1967, a cientista política Hanna Pitkin inicia as explorações teóricas sobre representação. Segundo ela, o conceito e as instituições representativas modernas só começaram a surgir na Idade Média. Antes disso, o uso do termo tal qual o fazemos hoje não existia. Ainda que os gregos antigos tivessem várias instituições e práticas às quais aplicaríamos a concepção de “representação”, eles não tinham palavra ou conceito correspondente (PITKIN, 2006, p. 17). Já os romanos tinham um verbo, *repraesentare*, do latim, que significa fazer presente e se referia quase que exclusivamente a objetos inanimados. Pitkin considera que em *O Leviatã* (1651), o filósofo Thomas Hobbes faz um primeiro exame da ideia de representação:

No *Leviathan*, Hobbes define a representação em termos dos aspectos formais da agência legal, especialmente em termos de autorização: um representante é alguém que recebe autoridade para agir por outro, quem fica então vinculado pela ação do representante como se tivesse sido a sua própria. A representação pode ser “limitada”, sendo autorizadas apenas algumas ações específicas sob restrições específicas, ou pode ser “ilimitada”. (PITKIN, 2006, p. 28).

O desenvolvimento do conceito, contudo, levou mais dois séculos para ser refinado na teoria política. Pitkin afirma que foi no século XIX que nasceu a ideia moderna de representação. Depois do curso das Revoluções Americana e Francesa, a representação se tornou um dos Direitos Universais do Homem. Ainda de acordo

com Pitkin, a institucionalização desse direito ocorreu com a introdução de instituições representativas onde elas não ocorriam, com a extensão do sufrágio universal e com a primazia das assembleias eleitas sobre as hereditárias. “Dentre os que aprovavam a democracia, poucos duvidavam que a representação fosse sua forma moderna, seu equivalente indireto” (PITKIN, 1976, p. 11).

Estabelecido o conceito de representação, emergiu uma série de debates a respeito da relação entre representantes e representados, no que Pitkin sintetiza como “a polêmica sobre o mandato e a independência”. Na década de 1960, a filósofa alemã Hannah Arendt argumentou que a representação é “um dos problemas mais difíceis e cruciais da política moderna desde as revoluções” (ARENDT, 2011, p. 299).

Com esse panorama sintético do conceito de representação, passa-se ao conceito de representatividade. Segundo o Dicionário de Política de Norberto Bobbio, a representatividade pode ser entendida de dois modos: no sentido de que a liderança do grupo é realmente a expressão de sua base (isto é, goza da confiança e é receptiva às suas exigências) ou que o grupo absorve a grande maioria das unidades que operam no setor. Bobbio exemplifica com lideranças (ou representantes) sindicais: “se em vinte milhões de trabalhadores os inscritos no sindicato são apenas cinco milhões, os sindicatos não poderão considerar-se representativos” (BOBBIO, 1998, p. 568). O mesmo raciocínio, segundo ele, é válido para organizações sindicais competindo entre si. Segundo Bobbio, essa competição acaba por reduzir a percepção da representatividade dos sindicatos e aumenta os custos de decisão, “tornando complicadas as operações de consulta entre Governo, burocracia e sindicatos, e quase impossíveis as negociações em sentido estrito” (BOBBIO, p. 568).

Depreende-se, portanto, representatividade como representação efetiva e qualificada de um grupo. Por essa razão, o termo é atualmente reivindicado por movimentos identitários – de mulheres, de negros, de LGBTQIA+ etc. Em vista dos conceitos apresentados, observa-se que não só mulheres se fazem pouco representadas em cargos políticos e espaços de poder formais e decisórios, como também falta representatividade⁸. É em cima deste segundo conceito que o presente trabalho se desenvolveu.

⁸ Exemplo da falta de representatividade de mulheres é encontrada nas eleições de 2018, com a explosão das candidaturas laranjas, isto é, de fachada, que não possuíam a intenção de concorrer de fato, apenas emprestando o nome, com ou sem consentimento. Para fins de cumprimento da cota

1.3 O objeto e a problemática de pesquisa

Dado que a representação feminina nos ambientes de tomada de decisão é diminuta, a motivação inicial deste trabalho era tratar as questões de participação e representatividade da mulher na política brasileira para além dos números apresentados acima, sem, contudo, deixar de fazer referência a eles. Apesar de o gênero feminino não estar representado a contento, sabe-se que as mulheres não deixam de fazer política⁹, ainda que de maneiras informais e não ostensivas. Sendo assim, o tema da pesquisa é o “fazer político” por mulheres no Brasil.

Buscou-se investigar mais do que dados, com discussões sobre os diferentes *modus operandi*, desafios e obstáculos que mulheres enfrentam na atuação política, seja ela pública ou não. O tensionamento da relação entre mulheres e política levou ao exame sobre as diferentes formas de atuação e sobre os impactos que esse “fazer político” exerce sobre as sujeitas e a sociedade.

Diante dessa problemática, considera-se já mais oportuno a apresentação do objeto de estudos desse trabalho, a saber: *a produção do episódio-piloto da série jornalística do podcast denominado “Elas por elas”, sobre mulheres na política, sendo o referido piloto voltado à abordagem e debate sobre a representação das mulheres na política brasileira pela mídia do país*. Isto posto, elucidam-se, no tópico a seguir, os objetivos que guiaram a realização da presente pesquisa e produção.

1.4 Síntese dos objetivos da pesquisa

A partir de uma compreensão ampla de política¹⁰, que a enxerga como um ato de poder, o trabalho visou a entrevistar, compreender e reverberar o posicionamento de um representativo grupo de mulheres. Entre as listadas para entrevistas, o “Elas por Elas” elencou mulheres que trabalham em gabinetes, assessorias, órgãos de

estabelecida pela legislação eleitoral, os partidos apresentaram simulacros de candidatas, muitas das quais acabaram envolvidas em esquemas irregulares de desvio de recursos do fundo eleitoral. Não houve capacitação das candidatas nem tampouco seleção de candidaturas competitivas.

⁹ O filósofo grego Aristóteles observou que o homem é, por natureza, um animal político (Aristóteles, 1982, I, 2, 1253 a 2 e III, 6, 1278 b, 20). Segundo ele, está na natureza humana o viver em sociedade. Na época clássica, nem todos eram considerados cidadãos, membros da pólis. Mulheres e escravos, por exemplo, não podiam ser assim classificados.

¹⁰ Na concepção utilizada neste trabalho, a política é vista sob uma ótica dilatada, ultrapassando as questões meramente relativas ao Estado. São consideradas aqui relações sociais, de dominação (de gênero, raça etc.), além de ponderações nos campos econômico e de ideologia.

campanha, escritórios de *marketing*, estruturas partidárias, movimentos da sociedade civil e comitês de imprensa, além de professoras e pesquisadoras da área. Sendo estas últimas as escolhidas para a consecução do episódio-piloto objeto experimental deste trabalho.

Portanto, lançando mão dessas entrevistas em áudio, buscou-se, como objetivo geral, captar, compreender e disseminar informações sobre a participação e representatividade de mulheres na política e verificar de quais formas são estruturados suas histórias e dificuldades, seus modos de agir e outras questões que tangenciam a experiência feminina e o universo da política. De modo particular, o episódio-piloto adotou como objetivo principal a abordagem compreensiva sobre a representação das mulheres na política pela mídia.

A síntese dos objetivos da presente pesquisa estão sistematizadas no quadro 1, a seguir:

Quadro 1: Síntese dos objetivos de pesquisa e produção do *podcast* “Elas por elas”.

Esta pesquisa se propôs a:	Produzir o episódio-piloto da série de <i>podcasts</i> jornalísticos “Elas por Elas”, a qual adota como tema central as mulheres na política; sendo o referido piloto voltado especificamente à abordagem e debate sobre a representação das mulheres na política brasileira pela mídia do país.
Com a finalidade de:	Compreender , por meio da abordagem jornalística interpretativa, amparada no formato das entrevistas e em outras possibilidades do chamado “jornalismo hipermediático” (como clipes, sonoras, charges etc.), como se configura a participação e a representatividade das mulheres na política brasileira.
Para:	Obter e compartilhar conhecimentos que revelam tanto as possibilidades quanto os limites da modalidade radiofônica <i>podcast</i> – sobretudo no tocante à linguagem e ao formato – no tratamento de temas com fins de representatividade.
O que permitiu:	Des(en)cobrir ¹¹ a importância de um episódio-piloto no contexto mais amplo do processo de produção de <i>podcasts</i> jornalísticos; elucidar como se configura, metodologicamente, a produção de um <i>podcast</i> jornalístico; e contribuir na abordagem jornalística e científica compreensiva de temas e conceitos caros à questão da mulher na política brasileira, como “participação” e “representatividade”.

Fonte: Elaboração própria

Ressalta-se que, compreendendo a própria dinâmica e complexidade do tema abordado pela série “Elas por Elas”, especialmente daquele escolhido especificamente para o episódio-piloto, e ainda considerando o próprio processo híbrido de produção de um *podcast*, tais objetivos foram alcançados de modo não-

¹¹ O conceito foi abordado pelo jornalista, professor e pesquisador, Juremir Machado da Silva (2010).

linear, isto é, estiveram – sob a ótica do trabalho desta pesquisadora e da observação do próprio processo de orientação da pesquisa – entrecruzados e alinhados à perspectiva da experimentação e da busca pela inovação.

Destarte, apresentam-se, a seguir, as justificativas – ou aspectos motivadores – deste trabalho de pesquisa e produção.

1.5 Justificativa

1.5.1 Do objeto jornalístico

A priori, o que motivou o presente estudo foi a experiência pessoal enquanto mulher que estuda comunicação e política e trabalha na cobertura jornalística nacional em Brasília. Na vivência individual, a oportunidade de conhecer mulheres que fazem política das mais variadas formas, não apenas através de um mandato eletivo, foi uma inspiração para o presente trabalho de conclusão de curso. A motivação inicial era investigar quem são essas mulheres, como se comportam, quais obstáculos enfrentam no dia a dia e outras questões relacionadas ao feminismo – ou à negação dele – e à atuação política.

Outra razão que justifica a seleção do objeto jornalístico “mulheres na política brasileira” é a necessidade de ir além dos problemas de representação política de mulheres, notadamente conhecidos e reconhecidos, partindo-se para o detalhamento das formas de atuação, participação e representatividade desse grupo em outros espaços e nos bastidores da política.

As peculiaridades desse tema obedecem a, pelo menos, dois valores-notícia elencados por Nelson Traquina (2008) com base na distinção inicial de Mauro Wolf (2003)¹²: atualidade e proximidade. O primeiro critério refere-se à importância dada a acontecimentos e fenômenos da contemporaneidade que, por essa razão, despertam atenção. É possível exemplificar alguns casos recentes, o da ex-presidenta Dilma Rousseff (PT) e o da vereadora assassinada por milicianos no Rio de Janeiro, Marielle Franco (Psol). O segundo critério, da proximidade, parte da premissa de que assuntos

¹² Para Wolf, “valores-notícia são critérios de relevância difundidos ao longo de todo o processo de produção e estão presentes tanto na seleção das notícias como também permeiam os procedimentos posteriores, porém com importância diferente” (p. 202). Segundo o autor, os valores-notícia auxiliam na seleção dos acontecimentos que deverão ser transformados em notícia ou em um produto informativo qualquer.

próximos, em termos geográficos e culturais, geram maior interesse do público. No caso, mecanismos de representação, participação e representatividade de mulheres na política são capazes de despertar grande interesse em pessoas que residem no centro do poder – Brasília.

Aliado à referida compreensão contextual dos valores-notícia, a presente pesquisa também justifica a delimitação de seu objeto jornalístico a partir da noção de “critérios de noticiabilidade”, como sugere Gislene Silva (2005). Segundo a referida pesquisadora, tais critérios devem ser entendidos como:

(...) todo e qualquer fator potencialmente capaz de agir no processo da produção da notícia, desde características do fato, julgamentos pessoais do jornalista, cultura profissional da categoria, condições favorecedoras ou limitantes da empresa de mídia, qualidade do material (imagem e texto), relação com as fontes e com o público, fatores éticos e ainda circunstâncias históricas, políticas, econômicas e sociais. (SILVA, 2005, p. 96).

Destarte, entre os vários fatores que agiram para a definição do objeto jornalístico aqui abordado, destacam-se os próprios valores-notícias anteriormente elencados – a “atualidade” e a “proximidade”, intrínsecas ao tema das mulheres na política –, assim como as chamadas circunstâncias históricas, políticas e sociais que permeiam essa temática no Brasil.

1.5.2 Da série de *podcasts*

Nos últimos anos, o *podcast* se tornou um fenômeno de comunicação, não restrito ao jornalismo, mas com íntima relação com este dado o uso de técnicas próprias ao radiojornalismo em suas rotinas de produção. Sendo assim, a ideia era explorar o *podcast* sob o viés jornalístico, com uso de técnicas da profissão, como as entrevistas.

Uma série de *podcasts* pode ser comparada a uma série de reportagens de radiojornalismo. Sem número exato de episódios, ela permite abordagem de subtemas dentro de um macro tema. A organização em série surgiu na própria origem do *podcast*, que será comentada em mais detalhes no tópico 2.1. Segundo Leo Lopes (2014), a tecnologia que culminou na produção dos *podcasts* partiu da intenção de se disponibilizar na *Internet* uma série de entrevistas realizadas pelo jornalista Christopher Lyndon em formato de arquivos de áudio.

A ideia da série é distribuir o conteúdo de forma compartimentada, seguindo uma sequência lógica que auxilie o(a) ouvinte-leitor(a) a se situar e que, ao mesmo tempo, não promova uma enxurrada de informações de uma vez só. Além disso, a divisão em várias partes ajuda a fidelizar o(a) ouvinte-leitor(a), partindo-se da concepção de que o todo é formado pela soma das partes.

A estruturação do trabalho em uma série de *podcasts* buscava atender a essa subdivisão do tema principal em temas acessórios. Antes mesmo do piloto, os episódios foram organizados conforme um encadeamento que pressupõe continuidade. Contudo, essa ideia de sucessão não impede a compreensão do subtema por si. Ainda que haja uma sequência lógica e recomendável para a escuta dos episódios, os mesmos podem ser ouvidos/acessados em diferentes ordens, para fins de retomada de informação ou mesmo conforme o interesse que cada subtema desperta no(a) ouvinte-leitor(a).

1.5.3 Da estratégia do episódio-piloto

A produção de um episódio-piloto buscava experimentar o formato e a linguagem e servir de amostra ou modelo para a série de *podcasts*. Conforme Mário Kaplún (2017), o piloto “serve de prova para saber se a ideia concebida funciona, se produz algo radiofônico e pedagogicamente eficaz” (KAPLÚN, 2017, p. 237).

Kaplún defende uma emissão experimental piloto para que o programa seja submetido à crítica direta dos(as) destinatários(as). A ideia desse piloto é permitir que os(as) ouvintes-leitores(as) participem, discutindo, opinando, sinalizando, de acordo com seu julgamento, quais coisas podem vir a ser, contextualmente, modificadas.

A emissão definitiva, que vai ao ar, já leva, pois, incorporados os resultados da pesquisa popular. O procedimento se repete com cada uma das emissões seguintes ou, se não é possível fazer com todas, ao menos periodicamente com algumas delas. (KAPLÚN, 2017, p. 113)

Essa experiência vem do rádio e dos programas televisivos, que adotam a prática como forma de teste antes de lançar no ar um novo programa. No caso dos programas de rádio, os pilotos não costumam ser veiculados, servindo apenas para consumo interno e avaliação dos(as) próprios(as) produtores(as).

Entre os *podcasts* produzidos no Brasil, o “Foro de Teresina”, da revista *piauí*, partiu de uma experiência de quatro pilotos¹³. Nenhum dos três apresentadores tinha experiência prévia no rádio e houve um trabalho para estruturação do formato e organização dos discursos antes do lançamento, em maio de 2018.

Utilizar o piloto neste trabalho se revelou uma estratégia eficaz porque permitiu que o projeto tivesse uma expressão prática.

2. EIXOS DE ARTICULAÇÃO TEÓRICA

São abordados neste trabalho dois campos teóricos – da comunicação e da ciência política. Por esta razão, a articulação teórica está sistematizada em dois eixos: do meio e da linguagem sonora (o *podcast*) e da pauta/tema/objeto jornalístico (a mulher na política).

2.1 Do meio e da linguagem sonora

A abordagem teórica do conceito de *podcast* evoca uma inevitável referência aos estudos do rádio, da linguagem sonora e das dinâmicas de consumo do áudio. Armand Balsebre (1994 *apud* MEDITSCH, 2005, p. 327) definiu o rádio como “um meio de comunicação, difusão e expressão que tem duas metas importantes: a reconstituição e a recriação do mundo real e a criação de um mundo imaginário e fantástico”. Ao questionar-se a respeito de o rádio possuir uma linguagem específica, o referido autor argumenta e defende a existência de uma “gramática” e de uma “sintaxe” própria do meio, considerando que “existe linguagem quando se tem um conjunto sistemático de signos que permite certo tipo de comunicação” (idem, *ibidem*).

Nesse sentido, é importante ressaltar que Balsebre, em suas reflexões sobre a “linguagem radiofônica”, não se esquivou de apontar a importância do aparato tecnológico como mediador das mensagens elaboradas a partir desta, afinal, “sem a mediação de um processo de percepção, podemos considerar que a produção de mensagens não tem sentido.” (BALSEBRE, 1994 *apud* MEDITSCH, 2005, p. 327). Todavia, na compreensão contextual do presente estudo, ao assinalar tal ponderação

¹³ “A história e os bastidores do *Foro de Teresina*”, 11 maio 2019. Disponível em: <<https://piaui.folha.uol.com.br/historia-e-os-bastidores-do-foro-de-teresina/>>. Acesso em: 11 jul. 2020.

sobre a tecnologia, o teórico espanhol não está determinando (impondo) uma relação da conceituação do meio a um aparato técnico, em si, mas apresentando condições para o entendimento de tal relação com a linguagem sonora.

Considera-se importante esse apontamento teórico no contexto deste estudo, uma vez que se compreende a acepção de *podcast* em diálogo com a articulação de Balsebre a respeito da necessidade de se entender a primazia da linguagem e da mensagem sonora como dimensões conceituais definidoras do que é rádio e a sua comunicação. Não se pode obliterar, contudo, a reconfiguração a que estas (linguagem e mensagem) estão expostas perante as mutações tecnológicas, as quais fomentam fenômenos como o *podcast*.

Com o desenvolvimento tecnológico da reprodução sonora; com a profissionalização dos roteiristas, montadores, realizadores e locutores; a adaptação ao novo contexto perceptivo e imaginativo, que determinava uma maneira distinta de escutar o som, e, também como o pleno convencimento de que a mensagem sonora do rádio poderia transformar e tergiversar a expressão da natureza, [...], criando novas paisagens sonoras, nasceram rapidamente novos códigos, **novos repertórios de possibilidades para produzir enunciados significantes.** (BALSEBRE, 1994 *apud* MEDITSCH, 2005, p. 328. Grifos nossos).

Nesse contexto, as transformações tecnológicas – aliadas à própria dinâmica do uso social e cultural da linguagem – impulsionam a ampliação e mudanças nos hábitos de produção, circulação e consumo de conteúdo em áudio. Trata-se de um processo de reconfiguração que não exclui modelos anteriores, mas que abre outras possibilidades para a reinvenção da *práxis* radiofônica, por exemplo, a partir dos *podcasts*.

Assim, autores brasileiros contemporâneos apresentam contribuições para compreensão conceitual de *podcast* no sentido aqui defendido, ou seja, como fenômeno radiofônico, assim caracterizado, sobretudo, por sua composição basilar na linguagem sonora. Ferraretto e Kischinhevsky (2010, p.1010), ao apresentarem definição de rádio, assinalam: “uma linguagem comunicacional específica, que usa a voz, a música, os efeitos sonoros e o silêncio, independente do suporte tecnológico.”

Importante ressaltar que, em seus estudos, Balsebre (1994 *apud* MEDITSCH, 2005, p. 328) já definia a “natureza estrutural da mensagem sonora do rádio” a partir de um sistema de expressão – composto pela palavra, música, efeitos sonoros e silêncio, e não somente pela voz – que, segundo o referido autor, é constantemente complexificado pelos recursos expressivos oferecidos pela tecnologia.

Em diálogo com Balsebre (idem), o processo de pesquisa e produção do *podcast* “Elas por Elas” buscou assimilar a noção de linguagem sonora – levando também em consideração os diferentes modos de escutas da atualidade (a própria variedade de plataformas de *streaming* em detrimento da lógica do *RSS* e da própria radiodifusão – de modo que tais elementos (palavra, música, efeitos sonoros, silêncio e voz), ao serem trabalhados de maneira convergente, embora reconhecendo suas especificidades e o contexto da informação jornalística, possam ser identificados pelos(as) ouvintes-leitores(as) como agregadores de valor e significado à mensagem.

2.1.1 Do fenômeno dos *podcasts*

A origem do *podcast* está associada ao tocador de músicas da *Apple*, o *iPod*¹⁴, que permite reprodução de arquivos sonoros em formato MP3. Em 2004, programas de áudio começaram a ser gravados e distribuídos por meio de aparelhos reprodutores desses arquivos, dos quais o *iPod* é exemplo. Era necessário que o(a) ouvinte-leitor(a) acessasse o *site* que hospedava o arquivo, fizesse o *download* e só então pudesse ouvi-lo. A fim de automatizar o acesso a esse conteúdo, foi utilizada a tecnologia do *feed RSS (Really Simply Syndication)*, a qual permite o *download* automático para programas “agregadores”. “Atualmente, o sistema de *RSS* ainda é disponibilizado, porém agregadores de *podcast* e serviços de *streaming* facilitaram o acesso, a escuta, o consumo e a distribuição desses programas.” (LOPEZ; ALVES, 2019, p. 4).

A palavra “*podcast*” foi cunhada para definir esse fenômeno, formada a partir da junção do prefixo “*pod*” com o sufixo “*casting*”, oriundo da expressão “*broadcasting*”, que pode ser traduzida como radiodifusão. Segundo Luiz & Assis (2010, p. 3), “embora faça referência direta ao *iPod*, o *podcasting* não ficou limitado a esse reprodutor de mídia digital, sendo desenvolvidas posteriormente formas de associá-lo a quaisquer aparelhos”. Para os referidos autores, o que diferencia os *podcasts* de programas de rádio tradicionais e de audioblogs é a característica do *broadcasting*, isto é, a transmissão pública e massiva de mensagens.

¹⁴ Em inglês, Pod é uma sigla para *Personal On Demand*, conceito que vincula o consumo – neste caso, de arquivos de áudio – às demandas pessoais. Destarte, diferentemente do rádio em seu conceito tradicional, o *podcast* foi idealizado para ser veiculado sem data e horário pré-estabelecidos, podendo ser acessado nas condições estipuladas pelo(a) ouvinte, inclusive *off-line*.

Primo (2010) define *podcasts* como um processo midiático que emerge a partir da publicação de arquivos de áudio na *Internet*. Segundo ele, a distribuição de *podcasts* diferencia-se radicalmente da radiodifusão (PRIMO, p. 5). Ao serem disponibilizados como parte do cardápio de conteúdos de plataformas como *Spotify* e *Deezer*, *podcasts* podem ser ouvidos tanto *online* quanto *off-line* e não exigem transmissores de ondas eletromagnéticas nem antenas receptoras de sinal. Segundo o referido autor:

Em programas ao vivo os apresentadores/locutores podem conversar com colegas da emissora, com entrevistados e mesmo com ouvintes ao mesmo tempo que o programa é sintonizado pela audiência. No *podcasting* essa sincronia é quebrada, pois o tempo de produção e publicação não coincide com o da escuta. (PRIMO, 2010, p. 5)

Ainda que haja essa distinção em relação ao modelo da radiodifusão, o *podcasting* herda do primeiro alguns elementos. Uma prática que tem sido explorada por alguns *podcasters*, no Brasil e no mundo, é justamente a gravação de episódios com plateias, espécies de edições especiais ao vivo, com menos cortes e edições, e uma integração mais direta com o público. Apesar da existência desse tipo de experiência, a qual ainda é pontual e minoritária, Primo lembra que o *podcasting* não exige proximidade do(a) ouvinte-leitor(a) de nenhum centro transmissor.

Sobre a temática tratada pelos *podcasts*, Leo Lopes (2014) coloca que ela pode ser ampla – cultura, política, música, cinema, ciência, finanças, comportamento. Enquanto alguns gravam em estúdios, outros ainda o fazem de forma amadora, em casa, sem maiores preocupações com isolamento acústico ou aquisição de equipamentos de última geração. Além disso, a periodicidade varia bastante, podendo ser programas diários, semanais, quinzenais ou até mensais. Há desafios referentes à monetização do negócio, que para muitos(as) *podcasters* brasileiros(as) segue sendo apenas um *hobby*, conforme explicitado por Leo Lopes. Patrocinadores(as) talvez sejam uma forma de negócio, a exemplo do que fazem veículos de mídia brasileiros, como a revista *piauí* e os jornais *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo*.

Pesquisa realizada em 2018 pela Associação Brasileira de *Podcasters* (Abpod) em parceria com a rádio CBN apresentou uma visão geral sobre o consumo de *podcasts* no Brasil. Ela revelou que 79% dos(as) ouvintes de *podcast* no Brasil fazem esse consumo durante trajetos de locomoção, 68% durante a realização de tarefas

domésticas, e 46% durante a prática de atividades físicas. Entre eles e elas, a média ponderada de consumo diária chega a 2h52min¹⁵.

Uma radiografia do universo de ouvintes-leitores(as) de *podcasts* no Brasil também foi feita em recente pesquisa do Ibope¹⁶, encomendada pela revista *piauí* e divulgada em maio de 2019. A pesquisa aferiu que quatro em cada dez internautas já ouviram *podcasts* no Brasil. Isso significa que, de um universo de 120 milhões de internautas, 40% – ou 50 milhões – já escutaram algum programa de áudio pela *Internet*. Isso apresenta uma dimensão da quantidade de ouvintes-leitores(as) no país.

Uma parcela considerável (32%, ou 38,4 milhões de internautas) não sabe o que é *podcast*, número que revela que o fenômeno ainda não chegou a muitos(as) brasileiros(as). O perfil do público-ouvinte também é revelador:

Jovens, homens e integrantes das classes A e B são os principais interessados em podcasts. Entre os homens, 45% já ouviram podcast ao menos uma vez; entre as mulheres, o índice cai para 36%. A familiaridade com esse tipo de mídia cresce em proporção inversa à idade: entre os jovens, 47% já ouviram podcast; entre os mais velhos, apenas 30%. Mulheres e pessoas com mais de 55 anos são os que menos ouvem podcasts. (IBOPE, 2019).

Quanto aos hábitos e preferências de consumo da informação, o Ibope mostrou que, à semelhança do rádio, o *podcast* costuma ser ouvido enquanto o(a) internauta realiza outras atividades, como exercícios físicos, deslocamentos e tarefas domésticas. Uma observação importante é que a grande maioria dos(as) ouvintes-leitores(as) (75%) costuma escutar *podcast* pelo celular, seguido pelo computador (40%), e pelo *tablet* (8%).

Ao vislumbrar os resultados de pesquisas quantitativas, vale a pena retomar a Jenkins (2008, p. 29), para quem a cultura de convergência está associada à cultura participativa e à inteligência coletiva. Para ele, o mundo da convergência das mídias gerou um cortejo do consumidor por múltiplos suportes de mídia, dos quais o *tablet* e o celular podem ser citados como exemplos.

¹⁵ Pesquisa disponível em: <<http://www.abpod.com.br/media/docs/PodPesquisa-2018.pdf>>. Acesso em: 11 jul. 2019.

¹⁶ Os resultados da pesquisa estão disponíveis em: <<https://piaui.folha.uol.com.br/quatro-em-cada-dez-internautas-ja-ouviam-podcast-no-brasil/>>. Acesso em: 24 jun. 2019.

Jenkins entende por convergência o fluxo de conteúdos através das múltiplas plataformas de mídia, a cooperação entre vastos mercados midiáticos e o comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação. Já a expressão cultura participativa, segundo ele, contrasta com a passividade dos(as) espectadores(as) dos meios de comunicação. Apesar da ampliação das possibilidades de interação entre produtores e consumidores de mídia, o autor ressalta que as participações ocorrem de maneiras distintas e que as corporações de mídia – e os indivíduos que operam no interior delas – ainda exercem poder maior do que qualquer consumidor(a).

Em terceiro lugar, a inteligência coletiva, expressão cunhada pelo ciberteórico francês Pierre Lévy, diz respeito ao processo coletivo de junção de recursos e habilidades, podendo ser vista como “uma fonte alternativa de poder midiático”. (JENKINS, p. 31).

Os *podcasts* favorecem os três conceitos, a começar pelo último, ao permitir a troca de experiências e o intercâmbio de conhecimento entre produtores(as), apresentadores(as), entrevistados(as) e ouvintes-leitores(as). Também favorecem a cultura participativa porque se inserem em um novo modelo do chamado “jornalismo participativo”, em que existe uma postura ativa por parte da(o) ouvinte-leitor(a), que critica, sugere temas e, em alguns casos, participa através de quadros específicos ou, ainda, por meio de hipertextos e das multiplataformas.

Ao ir além do áudio, mesclando e incorporando imagens, textos externos, áudios, músicas e uma navegação hipertextual, o *podcasting* proporciona uma experiência multimídia e hipertextual (PRIMO, 2010, p. 14), corroborando a tese da convergência midiática.

2.1.2 *Podcasts* e jornalismo

Como fenômeno de comunicação, o *podcast* logo passou a ser utilizado pelo jornalismo *mainstream*. A modalidade radiofônica permite exploração de formatos distintos: entrevistas, mesas redondas, sínteses noticiosas, reportagens, notas, notícias, programas especiais etc. Ademais, é possível experimentar, pelo contexto

da digitalização e das convergências, formatos hipermediáticos¹⁷, como o clipe, a charge sonora e os gráficos sonoros.

Segundo Lopez (2009), o *podcast* gera uma nova lógica de consumo e fruição do conteúdo sonoro. A autora frisa que essa modalidade pode ser utilizada tanto para produções sonoras inéditas e desenvolvidas especificamente para o suporte web quanto para a disponibilização de arquivo/memória do conteúdo sonoro divulgado pela rádio em sua transmissão hertziana ou digital (LOPEZ, 2009, p. 214).

No Brasil, jornais e revistas começaram a produzir *podcasts* próprios a partir de 2018 e inauguraram uma nova era na qual periódicos impressos e *online* entraram em uma seara antes restrita às emissoras de rádio.

Em agosto de 2019, o jornalismo da Globo mergulhou de vez no universo dos *podcasts* e lançou diversos conteúdos com jornalistas experientes do maior grupo de comunicação do país. A campanha de divulgação ocorreu na CBN (emissora de rádio que já disponibilizava programas da grade em formato de *podcast*), na TV aberta, no canal por assinatura *Globo News* e nos portais de notícias *G1* e *globo.com*. Ao explicar para o público não familiarizado com o fenômeno o que é *podcast*, o grupo de mídia assim o definiu:

Podcast é como se fosse um programa de rádio, mas não é: em vez de ter uma hora certa para ir ao ar, pode ser ouvido quando e onde a gente quiser. E em vez de sintonizar numa estação de rádio, a gente acha na internet. De graça. Dá para escutar num site, numa plataforma de música ou num aplicativo só de podcast no celular, para ir ouvindo quando a gente preferir: no trânsito, lavando louça, na praia, na academia...” (PORTAL G1, 25 de ago. 2019. Grifos nossos.)¹⁸

O primeiro *podcast* a estrear foi o mais bem-sucedido do grupo Globo até agora. Comandado pela jornalista Renata Lo Prete, “O Assunto” seleciona um tema

¹⁷ O conceito de hipermissão surgiu na década de 1960, nos Estados Unidos, e é utilizado para definir um formato não linear de acesso à informação que contém imagens, sons, texto e vídeo (multimídia) como elementos de um sistema de hipertexto. Nessa modalidade, o usuário pode navegar pelos dados como achar conveniente, sem precisar seguir um caminho pré-estabelecido. No telejornalismo, canais de televisão passaram a investir em portais como uma extensão da TV. Por sua vez, no caso do radiojornalismo hipermediático, a autora Debora Cristina Lopez afirma que ele é caracterizado por uma ampliação de estratégias narrativas, espaço e possibilidades de interação com o chamado “ouvinte-internauta” (LOPEZ, 2009, p. 35).

¹⁸ Disponível em: <<https://g1.globo.com/podcast/noticia/2019/08/25/jornalismo-da-globo-lanca-novos-podcasts.ghtml>>. Acesso em: 14 jun. 2020.

para ser abordado diariamente e vai ao ar de segunda a sexta-feira. Em maio último, o grupo Globo anunciou que o *podcast* teve mais de 20 milhões de *downloads*¹⁹.

Apesar da importância da iniciativa por parte do maior grupo de comunicação do Brasil, que ajudou a popularizar o fenômeno, outros veículos já haviam aderido à modalidade, dos quais são exemplo os jornais *Folha de S. Paulo*, *Estado de S. Paulo*, *O Globo*, as revistas *piauí* e *Veja* e o portal *UOL*.

2.2 Da pauta

Além dos referenciais teóricos para o *podcast* e dos manuais sobre a produção técnica, a elaboração da pauta exigiu um embasamento teórico partindo de estudos de gênero.

A cientista política americana Carole Pateman (1998), uma das precursoras de estudos acadêmicos feministas, trabalha com três contratos: o contrato social, o contrato de trabalho e o contrato de casamento. No caso do contrato social, há um alijamento de mulheres, crianças e trabalhadores da prática intelectual, mantendo essas categorias distantes da vida pública. Já no caso dos outros dois, tanto o contrato de trabalho quanto o contrato de casamento estabelecem uma hierarquia na qual há uma autoridade exercida sobre o outro (patrão x empregado e marido x esposa) e uma relação de subordinação necessária para que a exploração ocorra.

Estudos feministas colocam em xeque a maneira como a política e a representação são concebidas e passam a questionar práticas hegemônicas. A partir do princípio excludente que relega mulheres a esferas privadas e eleva homens a esferas públicas, teóricas têm estudado os mecanismos de exclusão de mulheres da vida pública.

Huddy e Terkildsen (1993) abordaram os chamados estereótipos políticos de gênero. Segundo esse imaginário preconcebido, homens e mulheres têm expertises diferentes, o que se reflete nas expectativas do eleitorado sobre cada gênero. Assim, mulheres teriam maior competência para tratar de questões de “compaixão”, ou áreas sociais, tais como pobreza, saúde, educação, infância, velhice e direitos humanos,

¹⁹ “Podcast ‘O Assunto’ supera marca de 20 milhões de downloads”. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2020/05/20/podcast-o-assunto-supera-marca-de-20-milhoes-de-downloads.ghtml>>. Acesso em: 14 jun.2020.

enquanto homens seriam mais aptos a lidar com assuntos ligados a economia, exército, defesa nacional e política externa.

Nessa linha, Biroli e Mello (2010) se debruçam sobre a atuação de deputadas federais na 52ª Legislatura (2003-2006) para observar a subrepresentação de mulheres na política e a forma como agem quando eleitas. As autoras concluem que a atuação política da maioria das mulheres se dá por processos de *inclusão orientada*, isto é, uma dinâmica em que sua entrada e ação são controladas e delimitadas a certos espaços e instrumentos específicos, em função de papéis destinados a mulheres. Além disso, um *círculo de contenções* relega às representantes do sexo feminino as margens das instituições políticas.

As investigações avançam no sentido de que estereótipos de gênero socialmente construídos e reforçados pela mídia guardam relação com as formas de atuação política das mulheres nas esferas decisórias. De acordo com Biroli e Mello, “a questão não é só a de permitir ou ampliar a entrada de mulheres em determinados espaços, mas a de suas possibilidades de permanência e de atuação relativamente livre de estereótipos e constrangimentos.” (BIROLI & MELLO, 2010, p. 218).

3. REFLEXÕES SOBRE O MÉTODO

O pensar metodológico da presente produção se desenvolveu em sintonia com a reflexão teórica abordada no capítulo anterior. Os conceitos até aqui cotejados foram chave para as etapas iniciais de produção. Ao mesmo tempo, as etapas subsequentes implicaram novos questionamentos e revisões do pensar metodológico inicial. Por meio de experimentação, o trabalho visa a oferecer uma contribuição aos modos de se produzir *podcasts* jornalísticos temáticos, sem, contudo, esgotar as possibilidades. Ademais, sendo um trabalho que se voltou a produção de um piloto, as reflexões sobre seu “modo de fazer” são, em nosso entendimento, inesgotáveis.

As pesquisas acadêmicas em torno do *podcast* são, em certa medida, incipientes e a bibliografia sobre modos de produzir *podcasts* ainda é escassa. Nesse sentido, foram fundamentais a identificação do manual de produção de Leo Lopes (2014) e um artigo, de Débora Lopez e João Alves (2019), o qual tece reflexões e contribuições metodológicas mais específicas para o exercício de análise de *podcasts* narrativos e não propriamente para produção da referida modalidade radiofônica.

Diante desse contexto e da compreensão dos *podcasts* como um fenômeno radiofônico, o presente trabalho, em relação às etapas de produção, buscou referências técnicas em clássicos manuais do rádio, sobretudo na obra de Mario Kaplún (2017); sem, contudo, deixar de compreender que os *podcasts* se configuram como produções que superam a lógica do *broadcast* (radiodifusão), dialogando diretamente com as lógicas do cenário da comunicação e da informação digital, em “ambientes mediáticos sociodigitais”, sobretudo as plataformas de *streaming* e nas “redes de comunicação *online*” (PINHEIRO, 2019), as quais se reconfiguram no compasso em que “a dinâmica das transformações tecnológicas” (PINHEIRO, 2012) acontece na chamada “modernidade líquida” (BAUMAN, 2001).

A reflexão metodológica foi organizada de modo a contemplar a análise de conteúdo e a técnica das entrevistas jornalísticas como formato condutor. A análise de conteúdo permitiu uma incursão na chamada “podosfera”, com exames de programas/*podcasts* jornalísticos. Essa análise levou à escolha pelas entrevistas, enquanto formato jornalístico condutor. Considerou-se que elas seriam ideais para o trabalho de investigação, porque elas respeitam e reverberam a voz das mulheres entrevistadas, evitam cortes ou edições que possam distorcer as falas e atendem o conceito de “lugar de fala”, mais abordado no tópico 4.1.3.

3.1 A contribuição da análise de conteúdo

A análise de conteúdo de outros materiais jornalísticos que possuem temáticas e/ou formatos que, de algum modo, inspiram a consecução do *podcast* “Elas por Elas” foi um dos procedimentos que a nossa pesquisa adotou. Inicialmente aplicada aos campos da sociologia e da psicologia, a técnica de análise de conteúdo surgiu nos Estados Unidos no início do século XX como instrumento de análise das comunicações e progrediu continuamente, conforme elucidado por Laurence Bardin (2011). Segundo a referida autora, em determinado momento, a análise de conteúdo deixou de ser meramente descritiva e passou a ter como característica a inferência (BARDIN, p. 2011, p.116).

Essa estratégia foi utilizada para “iluminar” a própria definição do formato do *podcast* “Elas por Elas”. Ademais, a análise de conteúdo possibilitou o exercício simultâneo de outro movimento metodológico muito importante e que sublinhamos como relevante para a produção de *podcasts*: a “cultura do ouvir e os vínculos sonoros na contemporaneidade” (MENEZES, 2007). A produção de um *podcast* precisa levar em conta, pelo menos, o que já praticam produções correlatas, com fins de buscar a experimentação e a inovação, de suprir lacunas e de evitar recorrências de formatos ou mesmo de linguagem e de abordagens. Além disso, a escuta de outros *podcasts* oferece referências que podem enriquecer o processo de produção tanto no sentido da técnica quanto do conteúdo, que pode ser, inclusive, utilizado como fonte/referência.

Bardin sugere três etapas para a constituição da análise de conteúdo: a pré-análise, a exploração do material e o tratamento dos resultados. No caso da pré-análise, também referida como pré-teste preliminar, foram analisados três podcasts: “Café da Manhã”, do jornal *Folha de S.Paulo*, “Maria vai com as outras” e “Foro de Teresina”, ambos da revista *piuí*.

Os três *podcasts* foram escolhidos pela correlação temática – dado que tratam, prioritariamente de questões políticas e de gênero –, pela ampla audiência que possuem e pelo hábito pessoal de consumo. Para fins de pesquisa, foram ouvidos

cerca de dez episódios, disponibilizados no *Spotify* e nos *sites* dos veículos²⁰. O período de análise compreendeu os meses de maio e junho de 2019.

A análise dos episódios buscou compreender algumas categorias: tempo de duração; formato(s) envolvido(s); estilo de linguagem; pautas; número de apresentadoras/es; e participação social – a interação com ouvintes-leitores(as) – e a própria questão da representatividade/lugares de fala.

O *podcast* do jornal *Folha de S.Paulo* é diário e costuma ser apresentado por dois jornalistas – um homem e uma mulher. Começou a ser produzido em janeiro de 2018 e costuma ter, em média, 20 minutos de duração. Os apresentadores fazem entrevistas, recebem contribuições de especialistas e contam com participações de jornalistas do próprio veículo. O *podcast* aborda um assunto por dia e, ao final, faz um resumo das notícias que estão no noticiário nacional, numa espécie de quadro chamado “E o que mais você precisa saber hoje”.

Por sua vez, os *podcasts* da revista *piauí* possuem algumas similaridades, já que seguem a linha editorial do mesmo veículo. Ambos têm cerca de uma hora de duração e possuem um quadro com sugestões, críticas e comentários dos(as) ouvintes, mostrando que essa interação é valorizada. Eles começaram a ser produzidos em maio de 2018, mas o “Foro de Teresina” é semanal e o “Maria vai com as outras”, quinzenal. Enquanto o “Foro” é apresentado por três jornalistas que comentam em profundidade três assuntos políticos da semana, em uma conversa no modelo “mesa de bar”, o “Maria” conta apenas com uma apresentadora que realiza de uma a três entrevistas por episódio.

Dos três produtos analisados, o que mais serviu como modelo – tanto em função do conteúdo quanto do formato – é o “Maria vai com as outras”, que aborda questões relativas a mulheres e mercado de trabalho. Alguns dos episódios dessa série falaram sobre mulheres na política e a postura adotada frente a colegas e chefes no ambiente de trabalho.

²⁰ Uma aba do *site* da *Folha de S.Paulo* lista e publica, em formato de matérias, os episódios diários do *podcast*, com uma breve descrição do episódio e disponibilização do áudio. (Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/especial/2019/cafe-da-manha/>>. Acesso em 16 jul. 2020). O caso mais interessante é o dos *podcasts* da *piauí*, que são distribuídos no *site* da revista com uma série de *hyperlinks* e imagens, atendendo ao conceito de hipermídia já citado neste trabalho. Além do resumo do episódio e do arquivo de áudio, as páginas disponibilizam trechos de falas dos apresentadores com suas respectivas caricaturas e *links* de matérias ou pesquisas citadas no episódio. (Disponível em: <<https://piaui.folha.uol.com.br/radio-piaui/foro-de-teresina/>>. Acesso em 16 jul. 2020).

3.2 Da entrevista como formato jornalístico condutor

A análise de conteúdo elucidou que o formato de entrevistas seria bem adaptado aos objetivos de produção do *podcast*. Segundo definição dada por Edgar Morin (1973), entrevista é “uma intervenção sempre orientada para uma comunicação de informações”. Morin estabelece uma diferença entre a entrevista em ciências sociais e a entrevista *mass-mediática* – a ser considerada neste trabalho –, a qual reside na natureza da informação. No primeiro caso, ela entra em um sistema metodológico, hipotético e verificador e deve começar por ser de interesse de um pequeno grupo de investigadores. Já no caso da entrevista de imprensa, rádio, cinema e televisão, a informação segue normas jornalísticas e deve começar por ser interessante para um público vasto. Neste trabalho, a intenção era realizar entrevistas jornalísticas, tendo como base o princípio da informação de interesse público.

No livro “A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística” (2001), Nilson Lage aborda os tipos de entrevistas do ponto de vista dos objetivos, categorizando as entrevistas como rituais, temáticas, testemunhais, em profundidade, ocasionais, de confronto, coletivas e dialogais. A partir dessa definição, a intenção era realizar entrevistas combinadas, misturando os tipos temático, testemunhal e dialogal. Os temas abordados são pré-definidos, partindo-se do pressuposto de que as entrevistadas têm condições e autoridade para discorrer sobre eles.

As finalidades das entrevistas temáticas estão alinhadas à pauta deste trabalho, quais sejam: ajudar na compreensão de um problema e expor um ponto de vista. O tipo testemunhal também seria empregado porque as entrevistas buscavam obter o relato de entrevistadas sobre algo que elas participaram ou presenciaram, apresentando seu ponto de vista particular. Esse tipo de depoimento, muito comum em entrevistas realizadas em *podcasts*, inclui informações a que o entrevistado teve acesso e impressões subjetivas. Por fim, o tipo dialogal seria empregado por se tratar de um formato que se adequa bem à linguagem dos *podcasts*, nas quais há ambiente controlado e entrevistadora e entrevistada constroem o tom da conversa, sem se delimitar a tópicos iniciais.

Através da técnica de entrevistas, este trabalho pretendia elucidar questões que dizem respeito às formas como as mulheres participam da política. De um modo geral, considerando os próprios objetivos desta pesquisa e da produção do “Elas por Elas”, as perguntas que são norteadoras para a condução das entrevistas – sobre a

pauta – são as seguintes: os números de baixa representação feminina em cargos eletivos se refletem em outras esferas de atuação política? É possível afirmar-se que a característica da participação das mulheres nas esferas dos Três Poderes figura apenas um “mero” cumprimento de “cotas”? O que explicaria o fenômeno mais expressivo de atuação de mulheres nos “bastidores da política”, mas a baixa indicação delas para cargos políticos em níveis hierárquicos mais elevados? A atuação de mulheres na política é incentivada por órgãos públicos, partidos políticos, organizações e empresas privadas? Há evidências?

Outras perguntas são: que tipos de obstáculos e desafios as mulheres enfrentam no dia a dia de trabalho no contexto da política? Quais avanços e/ou conquistas ocorreram nos últimos anos em relação à participação das mulheres na política? Há alguma unidade nas pautas das mulheres na política? De que modo você percebe isso? Como a mídia representa a atuação das mulheres na política?

Estabelecidas mais essas bases teórico-metodológicas da pesquisa, a seguir, são fornecidas explicações a respeito do desenvolvimento do processo da produção técnica, em si, do *podcast*.

4. ETAPAS DE PRODUÇÃO DO *PODCAST* “ELAS POR ELAS”

As etapas sistematizadas para a produção do “Elas por Elas” tiveram como referências as obras de Mario Kaplún (2017), no sentido de que foram realizadas à luz da importância que o autor atribui a elaboração de um episódio-piloto; e de Leo Lopes (2014), autor que define que existem cinco etapas que seriam comuns a todos os *podcasts*: produção, gravação, edição, publicação e distribuição. Neste trabalho, em particular, tais etapas foram subdivididas da seguinte forma: pré-produção, produção, pós-produção, publicação e distribuição.

4.1 Pré-produção

No contexto do *podcast* “Elas por Elas”, a pré-produção foi a etapa preliminar que envolveu pesquisa de formatos, definição da linguagem, pesquisa e seleção de temas e identificação e convite a convidadas. Como método e técnica subsidiária, a análise de conteúdo de conteúdos jornalísticos inspiradores, abordada no tópico 3.1, foi retomada para estruturação do *podcast* “Elas por Elas”.

Em sequência à análise de conteúdo, buscou-se definir o tema e o objetivo, delimitar o público-alvo, escolher o gênero e formato, estipular a duração média dos episódios e sua periodicidade e definir as formas de distribuição. Também nessa fase houve formação da equipe de trabalho e identificação de apoios e parcerias, além da estruturação das rotinas de produção. A seguir um resumo de cada fase.

4.1.1 Definição do tema e objetivo

Enquanto conteúdo/produto comunicacional com fins jornalísticos, o *podcast* foi delimitado a uma temática. Com a finalidade de abordar a questão de gênero sob um viés jornalístico, foi definido como tema da série a participação e representatividade de mulheres na política. De modo particular, o episódio-piloto adotou como objetivo principal a abordagem compreensiva sobre a representação das mulheres na política pela mídia brasileira.

Conforme abordado no tópico 1.4, o objetivo geral da pesquisa é, por meio de entrevistas em áudio, captar, compreender e disseminar informações sobre o tema escolhido e verificar de quais formas são estruturados modos de agir, histórias,

dificuldades e outras questões que tangenciam a experiência feminina e o universo da política.

4.1.2 Delimitação do público de interesse

Em seu manual, Leo Lopes (2014) afirma que, objetivando a consolidação e o crescimento do *podcast*, é mais efetivo escolher um público específico, e com isso planejar todos os aspectos de produção visando esse público, como por exemplo a definição da pauta e a escolha dos(as) participantes.

É recomendável que você produza o seu *podcast* pensando em quem você quer alcançar, quem serão as pessoas que você gostaria que ouvissem o seu programa, e preparar seu conteúdo com foco nesse objetivo. Ainda que outras pessoas com perfil diferente venham a ouvi-lo, a definição do seu público tem influência direta sobre a forma de conduzir o seu programa e como você se comunica com ele. (LOPES, 2014, p. 42).

Ainda de acordo com Leo Lopes, as definições do público e do tema estão “diretamente conectadas e influenciarão também o formato e a linguagem do *podcast*” (LOPES, p. 51). Por essa razão, essa foi uma das primeiras escolhas a serem feitas.

Para delimitação do público de interesse, ou público-alvo, do “Elas por Elas” identificou-se como destinatárias primordiais do *podcast* mulheres jovens e adultas, na faixa de 18 a 35 anos de idade, inseridas na realidade brasileira, interessadas por debates sobre gênero e política e com um grau de instrução médio.

Apesar do direcionamento a esse público específico, o *podcast* buscou adotar uma linguagem e forma de comunicação que contemplem diferentes públicos, com explicações de termos com os quais a população em geral está pouco familiarizada.

4.1.3 Escolha do nome

Ao tratar da expressão “lugar de fala”, a filósofa brasileira Djamila Ribeiro afirma que sua origem é imprecisa e possivelmente surgiu a partir da tradição de discussão sobre *feminist stand point* – em uma tradução literal “ponto de vista feminista” –, diversidade, teoria racial crítica e pensamento decolonial. O conceito refere-se a lugar social, localização de poder dentro da estrutura.

Segundo os filósofos Matheus Moreira e Tatiana Dias, o conceito representa a busca pelo fim da mediação. “A pessoa que sofre preconceito fala por si, como

protagonista da própria luta e movimento”²¹. Eles afirmam que o conceito surgiu como contraponto ao silenciamento da voz de minorias sociais por grupos privilegiados no debate público e costuma ser utilizado por grupos que historicamente têm menos espaço para falar.

A escolha do nome “Elas por Elas” ocorreu para atender essa ideia de lugar de fala, posto que as vozes são todas de mulheres, sem intermediações, *gaslighting*²², *mansplaining*²³ ou qualquer outra técnica usada por homens para representar ou silenciar mulheres.

4.1.4 Escolha do gênero e do formato

O *podcast* do gênero jornalístico, ao mesmo tempo que comunica e informa, evoca novas possibilidades para o “fazer jornalístico”, com quadros que contemplam formatos “hipermidiáticos” inovadores como meios de abordagem dos conteúdos, a exemplo de sonoras, clipes em áudio, reportagens, notícias, gráficos sonoros etc. A escolha de entrevistas como fio condutor do formato foi baseada na análise de conteúdo e em experiências bem sucedidas de outros veículos de comunicação.

Para a apresentadora de um dos *podcasts* analisados neste trabalho, a jornalista Magê Flores, que apresenta o “Café da Manhã”, o *podcast* é um formato eficiente para comunicar e engajar o público, pois aproxima o(a) ouvinte-leitor(a) de quem produz jornalismo.

²¹ Artigo publicado no site Nexo. Disponível em: <<https://www.nexojournal.com.br/expresso/2017/01/15/O-que-%C3%A9-%E2%80%98lugar-de-fala%E2%80%99-e-como-ele-%C3%A9-aplicado-no-debate-p%C3%BAblico>>. Acesso em: 12 jul. 2020.

²² O termo *gaslighting* (sem tradução em português) é emprestado do filme americano *Gaslighting*, de 1944, no qual um homem, entre outras táticas para abalar e confundir, apaga e acende as luzes da casa tentando levar a esposa a pensar que enlouqueceu. Trata-se de uma forma sutil de abuso psicológico através da omissão, distorção ou invenção de informações com o fim de fazer a vítima duvidar de si própria, de seus sentimentos, de sua capacidade e às vezes até de sua sanidade mental. Informações extraídas de reportagem da revista *Azmina*. Disponível em: <<https://azmina.com.br/reportagens/voce-nao-esta-louca-entenda-como-funciona-o-gaslighting/>>. Acesso em: 18 jul. 2020.

²³ *Mansplaining* é uma palavra formada a partir da junção da palavra inglesa *man* (homem) e *explain* (explicando). A situação acontece quando um homem explica coisas óbvias à mulher, muitas vezes com um tom paternalista ou condescendente, como se ela não fosse intelectualmente capaz de entender algo. O termo é próximo de outro semelhante: o *maninterrupting*, quando homens interrompem falas de mulheres. Informações extraídas de reportagem da revista *Azmina*. Disponível em: <<https://azmina.com.br/reportagens/mansplaining-e-maninterrupting-o-que-e-e-de-onde-vem-os-termos/>>. Acesso em: 18 jul. 2020.

É um formato complementar a outras mídias, já que pode ser consumido em momentos que não permitem a leitura: você baixa o arquivo de áudio e escuta enquanto está a caminho do trabalho, na academia ou arrumando a casa, por exemplo. Além disso, é um formato em plena ascensão. (MAGÊ FLORES, Entrevista concedida em agosto de 2019 ao portal Jeduca. Grifos nossos).²⁴

4.1.5 Duração e periodicidade

Também tomando como base a análise de conteúdo, definiu-se que a duração dos episódios do “Elas por Elas” ficaria em torno de 30 minutos. No entanto, o ineditismo do “piloto” (KAPLÚN, 2017) não possibilitou controle efetivo do tempo. O episódio conta com uma duração de cerca de uma hora. Para os próximos episódios, a fim de evitar que o programa fique cansativo e enfadonho para a audiência, conforme preocupação expressa por Leo Lopes (2014, p. 56), a ideia seria reduzir esse tempo para a meia hora inicialmente estipulada.

Com relação à periodicidade, a ideia seria disponibilizar os episódios quinzenalmente, com um intervalo de duas semanas entre a veiculação de cada programa. Não chegou a ser definido um dia específico para publicação.

4.1.6 Formação da equipe

Para formação da equipe foram escolhidos colegas que possuem familiaridade com aspectos de áudio e edição, além de uma integrante para produção da identidade visual da série, abordada em mais detalhes no tópico 4.2.10. A apresentação ficaria a cargo da própria produtora, mas a equipe auxiliaria nas etapas de edição e produção visual. Há funções imprescindíveis e outras que surgem a partir da natureza/objetivos do próprio *podcast* “Elas por Elas”.

Inicialmente, o orientador havia sugerido uma turma voltada à produção de *podcasts* que auxiliasse nesse processo, com estudantes ligados às diversas áreas e etapas que envolvem a produção. Com a suspensão das aulas ainda em março, a turma não foi reunida presencialmente e a contribuição desse grupo ficou, de certa forma, prejudicada.

²⁴ Entrevista disponível em: <<https://jeduca.org.br/texto/debate-enfoca-as-possibilidades-do-podcast-no-jornalismo>>. Acesso em: 11 jul.2020.

Para além da equipe, foram identificados apoios e parcerias possíveis para o desenvolvimento do projeto. A própria parceria com o contexto universitário/acadêmico, via Laboratório de Áudio – LabAudio e o seu Núcleo de Estudos e Produção Digital em Linguagem Sonora – NEPLIS. Os técnicos do laboratório não apenas auxiliaram nas gravações em si, como também recomendaram e sugeriram alterações e tipos de edição. Um dos objetivos do *podcast* é a integrar profissional ou estudante da área de acessibilidade cultural, com o objetivo de tornar o conteúdo dos episódios disponíveis ao público sensorialmente diversos. Para o episódio piloto, três colegas voluntários do Projeto de Pesquisa e Extensão liderado pelo orientador desta pesquisa contribuíram: na revisão da transcrição do episódio-piloto e na descrição de imagens que acompanham o arquivo em áudio nas plataformas, no *Instagram* e no *site* do LabAudio.

4.1.7 Formas de distribuição

Foi definido que o *podcast* seria distribuído nas plataformas de serviços de *streaming* que permitem que a ouvinte-leitora busque, reproduza, assine e baixe os episódios veiculados. Além disso, a distribuição também foi feita no *site* do Laboratório de Áudio da FAC/UnB, com transcrição do episódio e descrição das artes. Com isso, buscou-se atender, em algum nível introdutório e a contexto, à questão de acessibilidade para o público sensorialmente diverso (surdos, ensurdecidos, pessoa cegas ou com baixa visão). A distribuição também ocorreu na rede de comunicação online *Instagram*²⁵.

4.1.8 Estruturação das rotinas de produção

As rotinas de produção seguiram um esquema de marcação de horário no estúdio e na ilha de edição. O dia de gravação dependeria das agendas das convidadas, mas a edição teria que ocorrer dentro de três dias depois da gravação em si. A edição nas ilhas especializadas da faculdade permitiria um apoio maior dos técnicos do Laboratório de Áudio e acesso a melhores equipamentos de acústica e edição. Como o *podcast* seria quinzenal, o fluxo de produção teria que seguir um

²⁵ Perfil da série no *Instagram*: @elasporelaspodcast. Disponível em: <<https://www.instagram.com/elasporelaspodcast/?hl=pt-br>>. Acesso em: 22 jul. 2020.

calendário rígido para cumprimento dos prazos. Além dos aspectos de produção e edição, a produção da arte de cada episódio também teria que respeitar um cronograma específico para não alterar o fluxograma.

4.2 Produção

A produção, no contexto do “Elas por Elas” foi composta de fases nas quais buscou-se definir a pauta de cada episódio, fazer a pesquisa prévia e definir as convidadas/entrevistadas com seus respectivos contatos. Também nesta etapa foram realizadas pesquisas sonoras, investigações acerca de formatos acessórios, roteirização e elaboração do *script*. Também estavam previstos nesta etapa ensaio e preparação do estúdio.

4.2.1 Definição da pauta de cada episódio

Segundo Leo Lopes (2014, p. 60), a pauta é algo indispensável no processo de produção de um *podcast*. Ele a define como “a relação dos assuntos que serão abordados durante a gravação de um *podcast*”. Apesar de ela não ter formato definido, é necessária pois sem ela corre-se o risco de começar a gravar sem ter uma estrutura básica dos temas a serem abordados, o que pode ser uma armadilha até para quem tem facilidade com técnicas de improviso. Mais do que uma forma de organização das ideias e da estrutura do programa, ela auxilia a ouvinte a se situar no programa.

Ainda, há de se considerar que a pauta também auxilia no controle do tempo de gravação: “Além da pauta ser útil para organizar as informações, ela ajuda também a controlar o tempo de gravação, mantendo o foco no tema e evitando dispersões que provavelmente seriam cortadas depois.” (LOPES, 2014, p. 60).

Levando em conta os tipos de pautas elencados por Leo Lopes, optou-se por uma relação por tópicos sobre o que se intentava abordar durante a gravação, acompanhada de uma roteirização prévia. Esse roteiro serve de base para a condução da apresentação, mas é flexível e adaptável. Ele também pode ser distribuído às convidadas para familiarizá-las sobre os principais tópicos a serem abordados. O modelo de pauta do episódio-piloto consta no Apêndice I deste trabalho.

4.2.2 Pesquisa sobre a pauta

A pesquisa sobre a pauta reúne os diversos aspectos de um mesmo assunto para preparar a apresentação e tentar agregar o máximo possível de informações. Leo Lopes (2014) entende que a pesquisa deve ser minuciosa e pode ser compartilhada entre todos os participantes que investigaram, colaborativamente, o tema a ser abordado no programa. Como no caso em tela havia apenas uma apresentadora, que acumulava a função de produtora, essa etapa de pesquisa foi dividida apenas com o orientador, que forneceu sugestões de leituras e dados para embasar as discussões.

4.2.3 Definição de convidadas/entrevistadas e contatos

As convidadas da série seriam eventuais, ou seja, cada episódio contaria com uma dupla de entrevistadas diferente. A ideia de estabelecer uma dupla foi não dispersar muito as discussões e facilitar a identificação pela ouvinte-leitora, dado que haveria três vozes femininas no mesmo episódio. Como a gravação depende das agendas das convidadas, foi prevista a possibilidade de gravação das entrevistas separadamente. Foram pré-definidas as seguintes convidadas/entrevistadas:

Quadro 2: Definição preliminar das convidadas do *podcast* “Elas por elas”.

EPISÓDIO	CONVIDADA
Piloto – A cobertura jornalística de mulheres na política	1. Professora e Pesquisadora Elen Galdes 2. Jornalista e Pesquisadora Gisele Pimenta
#1 – A baixa representatividade de mulheres em cargos eletivos	1. Deputada federal de 1º mandato (exemplo: Talíria Petrone – Psol/RJ) 2. Senadora experiente (exemplos: Simone Tebet – MDB/MS ou Kátia Abreu – PSD/TO)
#2 – Mulheres nos bastidores da política	1. Marqueteira política 2. Lobista ou assessora parlamentar (exemplos: Carolina Venuto, presidente da Associação Brasileira de Relações Governamentais e Institucionais – Abrig ou Roberta Rios – chefe de gabinete do deputado Leandro Grass) 3. Assessora de partido político
#3 – A atuação feminina em movimentos da sociedade civil	1. Militante do movimento estudantil 2. Ativista (exemplo: Nailah Neves ou Thaynara Mello)
#4 – Repensando as formas de atuação de mulheres na política	1. Cientista política ou socióloga (exemplo: professora Flávia Biroli, do Ipol/UnB) 2. Advogada

Fonte: Elaboração própria

4.2.4 Definição de formatos acessórios

Além das entrevistas jornalísticas, também foram introduzidos “clipes” de áudio (PINHEIRO, 2012) (PINHEIRO, 2018) (LOPEZ, 2011) e uma modalidade de “o povo fala”. A ideia era utilizar áudios externos para dinamizar o programa, além de permitir a integração com a ouvinte-leitora ou ouvinte-leitora em potencial. Esses formatos acessórios complementam o episódio e são introduzidos no momento de gravação ou na edição.

4.2.5 Pesquisa sonora

A etapa de pesquisa sonora foi, em alguma medida, um *déficit* do trabalho. A ideia é que ela seja feita com mais esmero e aplicada não só ao *podcast* em si – através das trilhas –, mas também aos formatos acessórios, que exigem sonorizações específicas, aspectos sempre reiterados pelo orientador durante o processo.

No caso em tela, referente ao episódio-piloto, essa pesquisa foi feita na biblioteca do *Youtube* dedicada à pesquisa, catalogação e publicação de músicas livres de direitos autorais – “No *Copyright Music*”²⁶.

4.2.6 Roteirização/*script*

Apesar do fato de *podcasts* serem fluidos, é necessário estabelecer uma roteirização prévia, uma espécie de *script*. A ideia do roteiro é nortear a conversa e evitar que as discussões fiquem soltas, sem encadeamento. A íntegra dos roteiros – do piloto e dos demais e episódios programados para a série – constam nos Apêndices J, K, L, M e N deste trabalho.

Leo Lopes estabelece uma distinção entre programas técnicos ou históricos e aqueles cujos temas têm como base as experiências pessoais dos participantes ou conjecturas sobre qualquer assunto. Enquanto os primeiros demandam grande quantidade de informações e pautas mais trabalhadas, nos segundos, as discussões ficam mais soltas. Tal aspecto nesse segundo caso favorece a dispersão do assunto e exige ajuste no processo de edição.

²⁶ Link para a biblioteca: <https://www.youtube.com/channel/UChT8qITGkBvXKsR1ByIn-wA>.

4.2.7 Ensaio e preparação de estúdio

Em certa medida, pode-se afirmar que o “ensaio” (KAPLÚN, 2017) para a série foi feita na gravação do episódio-piloto. A princípio, não se tinha clareza sobre a veiculação ou não deste teste, pois dependeria da qualidade da gravação e edição e das discussões com as convidadas.

Por sua vez, a preparação do estúdio envolve processos de organização do ambiente, tais como definição dos lugares de cada convidada, impressão dos roteiros, organização dos microfones e cadeiras e acertos prévios com os técnicos do estúdio, responsáveis pela gravação bruta do programa, o que pode ser realizado por nós antes do contexto da pandemia da Covid-19, que viria a fechar o LabAudio em 23 de março de 2020.

4.2.8 Gravação

A disponibilidade de um estúdio de gravação era uma carta na manga para o produto, dado que um dos maiores obstáculos encontrados por produtores de *podcast* no Brasil é justamente a dificuldade de se encontrar um estúdio compatível e acessível em termos técnicos e financeiros. Leo Lopes identificou que a maioria dos *podcasters* grava em sua própria casa, o que acaba gerando ruídos e ecos, por exemplo.

O primeiro aspecto a ser levado em consideração para uma boa captação de áudio é o ambiente. Não por acaso, os estúdios de gravação profissionais possuem isolamento e revestimento acústico adequados. (LOPES, 2014, p. 67)

No caso do LabAudio UnB, é necessário agendar um horário para gravação no estúdio com, no mínimo, 24 horas de antecedência. A gravação do piloto ocorreu em uma quarta-feira à tarde, conforme disponibilidade de horário das convidadas. O tempo reservado para tanto foi de cerca de uma hora e meia.

4.2.9 Repasse dos arquivos em áudio

Uma vez gravado o episódio, o arquivo bruto fica salvo no servidor do Laboratório, sendo recomendado pelos próprios técnicos e orientador o armazenamento em dispositivos próprios, como *pendrives* e HD externo. Foi o caso deste trabalho. Ainda assim, a etapa de decupagem, que integra o processo de edição, foi feita nas ilhas de edição do próprio Laboratório.

4.2.10 Identidade visual

A identidade visual foi pensada como forma de expressar as mulheres a quem a série busca valorizar/evidenciar, em toda a sua diversidade e multiplicidade. A princípio, havia um receio de utilizar a cor rosa, pois a identidade de gênero ficaria muito próxima do senso comum. Porém, após testes de cor, o tom salmão resultou bem aplicado e acabou sendo utilizado. A produção da identidade visual é do estudante de audiovisual Vinicius Vinhal.

A capa da série (figura 1) mostra mulheres caminhando juntas, com suas diferenças características físicas e profissões. Por sua vez, a capa do episódio-piloto (figura 2), que aborda a maneira como a mídia retrata mulheres na política, traz uma coletiva de imprensa com mulheres. Para os demais episódios, a ideia era produzir outras capas personalizadas, cada uma de acordo com a temática abordada. Como eles não chegaram a ser produzidos, a produção visual não avançou, levando também em conta a possibilidade de sempre alcançar um maior diálogo entre a identidade visual e o conteúdo e sonoplastia do áudio final de cada episódio. A descrição dessas imagens está nos Apêndices C e D deste trabalho.



Figura 1: Capa da série de *podcasts* “Elas por Elas”. Elaboração de Vinicius Vinhal



Figura 2: Capa do piloto da série de *podcasts* “Elas por Elas”, intitulado: “A Cobertura Jornalística de Mulheres na Política”. Elaboração de Vinicius Vinhal

4.3 Pós-produção

4.3.1 Edição

Conforme histórico apresentado no guia de Leo Lopes, quando os primeiros *podcasts* brasileiros surgiram, eles se assemelhavam bastante aos norte-americanos, com programas com pouca ou nenhuma edição, lembrando programas ao vivo de rádio. O autor cita o esmero adotado pelo popular *podcast* brasileiro “Nerdcast”, que serviu de base para grande parte dos *podcasts* brasileiros, segundo ele.

A fim de preservar o aspecto de “conversa informal” típico do formato de *podcast*, a preocupação da edição alcança principalmente a trilha sonora e os efeitos de sonorização, além da qualidade dos clipes e formatos acessórios.

No piloto do “Elas por Elas” as primeiras edições foram feitas nas ilhas do LabAudio UnB. Em seguida, aprimoramentos foram conduzidos de casa, dado o fechamento do Laboratório devido à pandemia. Foram utilizados diversos programas de edição, dentre eles o *SoundForge*, *Audition* e o *Vegas*.

4.3.2 Decupagem e limpeza

O manual de Leo Lopes coloca que a decupagem permite ao editor conhecer o material gravado e facilita a edição como um todo, uma vez que divide o processo em partes menores e otimiza a limpeza do material bruto.

Decupagem (do francês *découpage*, derivado do verbo *découper*, recortar) é um termo bastante usado em produção audiovisual e descreve a etapa de planejamento e divisão de uma cena em planos e a previsão de como esses planos vão se ligar uns aos outros através de cortes. No caso do podcast, trata-se da divisão do áudio bruto em blocos menores, recortando os trechos que não entrarão na edição final e preparando o material para a edição detalhada ou “limpeza”. (LOPES, 2014, p. 86)

A decupagem foi pontual no caso do piloto, apenas para inserir duas sonoras das entrevistadas no início do episódio, no correspondente à “cabeça” das reportagens radiofônicas. A ideia era seguir essa mesma linha nos demais episódios, à semelhança do que faz o programa “Maria vai com as outras”, que também separa as sonoras já na etapa de apresentação. Esse recorte promove uma identificação

mais rápida com as vozes das convidadas e ressalta trechos impactantes e/ou relevantes de suas entrevistas.

A limpeza é um processo de edição mais detalhada do arquivo bruto. “É nessa etapa que serão feitos os cortes, *fades* e *crossfades* necessários, mantendo apenas o material aproveitável e descartando o restante” (LOPES, 2014, p. 88). No intuito de preservar as falas das convidadas e o sequenciamento lógico das discussões, pouco foi descartado do piloto. Ainda assim, cortes e emendas mais detalhados tendem a imprimir uma fluidez no áudio final que nem sempre esteve presente durante a gravação.

4.3.3 Sonorização

A etapa seguinte à decupagem e limpeza da voz é a sonorização do arquivo, que nada mais é do que a inserção de música e outros elementos sonoros utilizados no programa. Leo Lopes (2014) sugere que seja dada preferência a músicas instrumentais e que se evite música alta demais, posto que o volume atrapalha e desvia a atenção do assunto. Ele também sugere a escolha de músicas que harmonizem com o papo e com o ritmo do programa. Outro ponto ressaltado é cuidado com os momentos de entrada e transição entre as músicas, diminuindo a diferença de volume e prestando atenção para não deixar “brancos” (buracos) entre as faixas.

4.3.4 Direitos autorais

O uso de músicas em *podcasts* também está regulamentada pela Lei de Direitos Autorais²⁷, que protege as relações entre o criador e quem utiliza suas criações artísticas. O Ecad (Escritório Central de Arrecadação e Distribuição), é o responsável pela arrecadação e distribuição de direitos autorais de execução musical pública.

²⁷ Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19610.htm#:~:text=LEI%20N%C2%BA%209.610%2C%20DE%2019%20DE%20FEVEREIRO%20DE%201998.&text=Altera%2C%20atualiza%20e%20consolid%20a,autorais%20e%20d%C3%A1%20outras%20provid%C3%AAs.&text=Art.,os%20que%20hes%20s%C3%A3o%20conexos.&text=Art.,-3%C2%BA%20Os%20direitos. Acesso em 21 jul. 2020.

A opção pelo uso de músicas comerciais acarreta, portanto, a necessidade de recolhimento dos direitos autorais. Para evitar entrar nessa seara, foram recorridas às chamadas “trilhas neutras”, que não exigem direitos autorais.

4.3.5 Acessibilidade

Após a produção, nos voltamos, ainda que em caráter experimental e introdutório, a pensar mais diretamente na questão da acessibilidade do conteúdo (áudio e imagens ilustrativas) ao público sensorialmente diverso (surdos, ensurdecidos, cegos e pessoas com baixa visão). De acordo com as pesquisadoras Soraya Alves, Helena Santiago Vigata e Charles Teixeira (2018, p. 7), “A legendagem interlingual é uma modalidade de tradução audiovisual que fornece acessibilidade linguística a filmes, peças, programas de televisão e demais textos audiovisuais.”

Para tanto, delimitamos, nesse primeiro momento, pelo menos três ações pontuais experimentais de acessibilidade:

1. Produzimos e disponibilizamos a transcrição da íntegra do episódio, em diálogo contextual com a chamada “descrição interlingual”, no sentido de que foi feita na mesma língua em que foi produzido o *podcast* e buscou contemplar a descrição dos sons e das características das entrevistadas e da apresentadora (essa transcrição foi disponibilizada na página do “Elas por Elas” no *site* do LabAudio UnB);

2. Realizamos a descrição-síntese do episódio, também publicada na página do “Elas por Elas” no *site* do LabAudio UnB, nesse caso buscando também dialogar com Alves, Santiago Vigata e Teixeira (2018, p. 7) quando assinalam que o trabalho com a descrição acessível, sobretudo para surdos e ensurdecidos, “requer estratégias tradutórias diversas, como as de condensação, simplificação, redução e compensação.”;

3. Incluímos a descrição das imagens que ilustram a série e o episódio-piloto do *podcast* (ver Apêndices C e D) na página do “Elas por Elas” no *site* do LabAudio UnB e na rede de comunicação *online* do *podcast* *Instagram*.

O material acessível pode ser conferido nos Apêndices A (Transcrição do Episódio-piloto), “B” (Transcrição Acessível do *Teaser*), “C” (Descrição acessível da imagem da capa do *podcast*), “D” (Descrição acessível da imagem da capa do episódio-piloto).

4.4 Publicação e distribuição

Dado que o manual de Leo Lopes é de 2014, os aspectos de publicação e distribuição tratados pouco se aplicam ao trabalho devido ao fato de que houve avanços tecnológicos e popularização de plataformas não elencadas por ele.

Uma vez pronto o programa/*podcast*, é preciso disponibilizar o arquivo nos agregadores. No caso do “Elas por Elas”, a distribuição foi feita em plataformas de *streaming* e disponibilizado no *site* do Laboratório de Áudio. A distribuição também ocorreu na rede de comunicação *online Instagram*.

5 EPISÓDIOS

5.1 Sinopse e estrutura

Apesar de não terem sido gravados, os demais episódios da série “Elas por Elas”, cujos roteiros estão nos Apêndices “K”, “L”, “M” e “N” desse trabalho, pretendem seguir uma estrutura sequencial, a saber:

Quadro 3: Sinopse e estrutura dos demais episódios do *podcast* “Elas por Elas”.

Episódio	Objetivos principais	Possíveis entrevistadas	Questões básicas
Episódio 1: Representação – A baixa presença de mulheres na política	<ul style="list-style-type: none">- Introduzir o tema das mulheres na política- Expor números e dados que revelam a baixa representação de mulheres na política	<ul style="list-style-type: none">- “O povo fala”: quando você pensa em mulheres na política, que imagens lhe vêm à cabeça?- Deputada federal ou distrital de 1º mandato- Senadora da República	<ul style="list-style-type: none">- Como é ser uma mulher na política?- Quais estereótipos de gênero da esfera privada são transpostos para a esfera pública?- Quais são os obstáculos para que mulheres exerçam cargos eletivos?- O que motiva e o que desmotiva a entrada de mulheres na política?
Episódio 2: Participação – Mulheres nos bastidores da política	<ul style="list-style-type: none">- Falar com e sobre mulheres que trabalham nos bastidores da política, assessorando campanhas, parlamentares e empresas	<ul style="list-style-type: none">- Marqueteira política- Lobista- Assessora parlamentar/de comunicação- Chefe de gabinete	<ul style="list-style-type: none">- A atuação de bastidor encontra menos resistências que a ação no <i>front</i>?- Quais são principais entraves e desafios cotidianos?- O ambiente político ainda é muito masculino. Como isso reflete no seu trabalho?
Episódio 3: Ação – A atuação de mulheres em movimentos da sociedade civil	<ul style="list-style-type: none">- Conversar sobre a presença de mulheres em movimentos da sociedade civil organizada	<ul style="list-style-type: none">- Militante do movimento estudantil- Ativista feminista	<ul style="list-style-type: none">- Como é a presença de mulheres em movimentos da sociedade civil?

			- As mulheres ainda são minoria entre lideranças?
Episódio 4: Expansão – Repensando formas de atuação de mulheres na política	- Levantar questionamentos e inquietações sobre o futuro da participação de mulheres na política	- Cientista política/social - Antropóloga - Advogada	- Como incentivar a presença de mais mulheres na política? - Quais foram os avanços dos últimos anos e quais são os pontos de estagnação?

Fonte: Elaboração própria

5.2 Teaser

Para apresentação da série, foi gravado um *teaser*, também chamado de *trailer*, de cerca de dois minutos de duração, no qual a *host* se apresenta e fornece as principais informações do projeto. Ele também é disponibilizado nas plataformas de *streaming* e no *site* do Laboratório de Áudio da UnB. A transcrição acessível do *teaser* do Podcast “Elas por Elas” é o Apêndice “B” desse trabalho.

5.3 Episódio-piloto

Como discutido no tópico 1.5.3, a ideia de gravar um episódio-piloto surgiu da necessidade de testar/experimentar o formato e linguagem delimitados. O tema do programa foi a cobertura que a mídia faz de mulheres na política. Antes da gravação, foram feitas pesquisas e elaborado um roteiro (ver Apêndice J), o qual foi discutido com o orientador, alterado e distribuído previamente às entrevistadas. Conforme indicado por Balsebre, o roteiro é fundamental para a integração dos diferentes elementos da linguagem radiofônica. Mesmo se tratando de um *podcast*, com linguagem coloquial, o roteiro é indispensável para nortear a gravação e situar a ouvinte-leitora, como já discutido ao longo do tópico 4.

No decorrer da gravação, percebeu-se como este teste acabou sendo uma ferramenta metalinguística. De todo modo, o uso de um piloto foi fundamental para possibilitar um vislumbre de um projeto ao qual posso dar prosseguimento. O modelo de Pauta é o Apêndice “I”; o Roteiro é o Apêndice “J”; e a Transcrição acessível do Episódio-piloto do *Podcast* “Elas por Elas” é o Apêndice “A” desse trabalho.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho buscou pesquisar e explorar as possibilidades de emprego do *podcast* ao jornalismo. Resta evidente que o *podcast* jornalístico tem muito a emprestar do radiojornalismo, seja por meio da linguagem radiofônica, dos formatos ou da estrutura. Como fenômeno da comunicação, o tema tem grande relevância para o campo teórico do jornalismo. As possibilidades de aplicação são múltiplas e não encontram limitações em áreas específicas, podendo a modalidade ser aplicada ao jornalismo político, esportivo, cultural, econômico etc.

Ademais, cabe ressaltar que o *podcast* permite uma nova janela de interação com o público, aqui classificado como ouvinte-leitor(a) tendo em vista o caráter multimídia possibilitado através da reinvenção dessa *práxis* radiofônica.

Enquanto modalidade em processo de exploração pelo jornalismo, o *podcast* ainda permite uma série de experimentações e ousadias que vão desde a produção de episódios com mais de uma hora ininterrupta de duração – sem intervalos – até o emprego da linguagem coloquial. Esses dois aspectos nortearam toda a produção do episódio-piloto da série “Elas por Elas”. A partir das reflexões suscitadas neste trabalho, é possível depreender que a aplicação do *podcast* ao jornalismo parece ser capaz de se aproximar do ideal do jornalismo participativo. A análise de conteúdo de alguns *podcasts* jornalísticos brasileiros apontou para o potencial que esse conteúdo em áudio possui de renovar o próprio consumo de notícia.

Em relação à pauta aqui trabalhada, os números de representação feminina na política evidenciam que é imperioso explorar como mulheres rompem barreiras históricas, culturais e institucionais e participam, de formas mais ou menos formais, da política. Essa discussão pelo jornalismo, que por essência busca o debate qualificado e a interface com a academia, contribui para a quebra de paradigmas e desperta novas discussões sobre gênero e política. Grupos identitários têm cobrado que seja dada voz a quem foi historicamente silenciada. Nesse sentido, o jornalismo, enquanto organismo vivo e serviço de interesse público, precisa lançar mão de sua *expertise* e de suas técnicas para divulgar essa e outras pautas de minorias em prol da promoção das igualdades no país.

No caso do episódio-piloto da série “Elas por Elas”, as entrevistas e discussões a respeito da representação midiática de mulheres na política buscaram fornecer uma modesta contribuição para a divulgação desta pauta. De forma metalinguística e

autocrítica, discutimos responsabilidade midiática, sexismo gramatical e os muitos desafios que tangenciam o “ser mulher” e o mundo político. Mesmo sendo a temática inesgotável, percebeu-se que sua expressão por meio de um *podcast* jornalístico fornece um componente inovador para a abordagem.

Ao mesmo tempo, o desenvolvimento da técnica radiofônica não pode ser descuidado. Para futuras pesquisas e novas produções de *podcasts* jornalísticos, recomenda-se um planejamento prévio minucioso, definição de uma equipe de trabalho comprometida e com tarefas bem divididas, desde a pesquisa e seleção de entrevistadas até os processos de edição e distribuição, sem se esquecer dos aspectos visuais. Afinal, o *podcast* nasceu e se fortalece em função de sua essência multimídia e hipertextual.

O mercado de produção de *podcasts* está em franca ascensão e talvez chegue a um estágio de inchaço no qual o principal diferencial seja justamente o esmero com as etapas estruturantes e os cuidados com a qualidade técnica.

Se, por um lado, a produção de uma série de *podcasts* e a consecução de um piloto não foram tarefa fácil, por outro, elas exemplificaram que o jornalismo tem caráter coletivo e intimamente conectado com os fenômenos comunicacionais. Os desafios técnicos colocados frente ao desenvolvimento desse tipo de programa são muitos, mas não intransponíveis nem capazes de reduzir o desejo de produzir novos episódios, séries e conteúdos.

No campo dos desafios, além das barreiras técnicas, não se pode olvidar da restrição de público consumidor de *podcast* no Brasil. Ademais, a monetização do negócio também é uma preocupação expressa a partir do manual de Leo Lopes (2014), nos primórdios da produção de *podcasts* no país. Por fim, a questão da acessibilidade da comunicação, cada vez mais suscitada nos meios acadêmicos e nas estruturas públicas, deve ser levada em consideração desde as fases iniciais de produção de um *podcast*, visando a atender o público sensorialmente diverso e contemplar um escopo mais amplo de ouvintes-leitores(as).

7 REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Debora Rezende de. **Pluralização da representação política e legitimidade democrática: lições das instituições participativas no Brasil**. Opin. Publica [online]. 2014, vol.20, n.1, pp.96-117.

ALVES, S. F.;SANTIAGO VIGATA, H.; TEIXEIRA, C. R.. **A audiodescrição como recurso de acesso à informação imagética na produção de materiais acessíveis para pessoas com deficiência visual no ensino superior**. 2018. Monografia (Aperfeiçoamento/Especialização em Tradução audiovisual acessível / audiodescrição) – Universidade Estadual do Ceará.

ARENDT, Hannah. **Sobre a revolução**. São Paulo: Companhia das Letras. 2011.

ASSIS, Pablo de. LUIZ, Lúcio. **O Podcast no Brasil e no Mundo: um caminho para distribuição de mídias digitais**. Anais do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, Caxias do Sul, 2010.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011, 229 p.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Tradução: Plínio Dentzien. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BIROLI, Flávia; MELLO, Janine. **Gênero e representação política: hipóteses sobre as diferenças entre a atuação de deputados federais na 52ª Legislatura (2003-2006)**. Revista Ártemis, João Pessoa, v. 11, p. 1-20, dez. 2010.

BOBBIO, Norberto, MATTEUCCI, Nicola e PASQUINO, Gianfranco. **Dicionário de Política**. São Paulo: Editora UnB – Imprensa Oficial: 2004.

HUDDY, Leonie; TERKILDSEN, Nayda. **Gender stereotypes and the perception of male and female candidates**. American Journal of Political Science, p. 119-147, 1993.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

KAPLUN, Mario. **Produção de programas de rádio: do roteiro à direção**. São Paulo: Intercom, Iporanga: Insular, 2017.

KISCHINHEVSKY, Marcelo; HERSCHMANN, Micael. **A “geração podcasting” e os novos usos do rádio na sociedade do espetáculo e do entretenimento**. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 16, 2007. Curitiba.

LAGE, Nilson. **A Reportagem: Teoria e Técnica de Entrevista e Pesquisa Jornalística**. Rio de Janeiro, Record, 2001.

LALOUM, David. **Da representação para a representatividade**. Opinião. Meio & Mensagem. 2016. Disponível em: <<https://www.meioemensagem.com.br/home/opinioao/2016/12/14/da-representacao-para-a-representatividade.html>>. Acesso em: 01 jun. 2020.

LEITE, Ana Daniella; NEPOMUCENO, Margarete. **Dilma, a rainha louca: um estudo sobre gaslighting na revista IstoÉ**. Intercom. Caruaru, 2016.

LOPES, Leo. **Livro Podcast – Guia Básico**, editora Marsupial, 2014.

LOPES, Paula. **“As expressões nervosas da presidente”: estereótipos de gênero na Revista Istoé e a repercussão com a hashtag #IstoÉMachismo**. Intercom. São Paulo, 2016.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LUIZ, Lucio; ASSIS, Pablo de. **O podcast no Brasil e no mundo: um caminho para a distribuição de mídias digitais**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 33., 2010, Caxias do Sul. São Paulo: Intercom, 2010.

MENEZES, José Eugênio de O. **Cultura do ouvir: Os vínculos sonoros na contemporaneidade**. Líbero, São Paulo, n. 21, p.111-117, jun. 2008. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R0644-1.pdf>>. Acesso

em: 22 jul. 2020.

MIGUEL, Luis Felipe e Flávia BIROLI. **Mídia e representação política feminina: hipóteses de pesquisa**. Opinião Pública, vol. 15, nº 1., 2009, pp. 55-81.

MOREIRA, Matheus; DIAS, Tatiana. **O que é ‘lugar de fala’ e como ele é aplicado no debate público**. Nexo Jornal, 16 jan. 2017. Disponível em: < <https://www.nexojornal.com.br/expresso/2017/01/15/O-que-%C3%A9-%E2%80%99lugar-de-fala%E2%80%99-e-como-ele-%C3%A9-aplicado-no-debate-p%C3%ABlico>>. Acesso em: 12 jul. 2020.

MORIN, Edgar. **A entrevista nas ciências sociais no rádio e televisão**. In: MOLES, Abraham e outros. *Linguagem da cultura de massas: televisão e canção*. Petrópolis: Editora Vozes, 1973. p. 115-135.

PATEMAN, Carole. **O contrato sexual**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1993.

PINHEIRO, Elton Bruno Barbosa. **Radiodifusão sonora pública do Brasil: o processo de conformação do serviço e os desafios de sua integração no ambiente digital**. 2019. 545 f., il. Tese (Doutorado em Comunicação)—Universidade de Brasília, Brasília, 2019.

PINHEIRO, Elton Bruno. **Pesquisa e produção em linguagem sonora: experiências compartilhadas**. – Brasília: Universidade de Brasília, Faculdade de Comunicação, 2018.

PINHEIRO, Elton Bruno. **Mutações da cultura midiática radiofônica: a nova práxis na produção de conteúdos digitais**. João Pessoa: Marca de Fantasia, 2012.

PITKIN, Hanna. **Representação: palavras, instituições e ideias**. Lua Nova, São Paulo. 2006.

PRIMO, Alex. **Para além da emissão sonora: as interações no podcasting**. In: Intexto. Porto Alegre, n. 13, 2005.

REVISTA ISTOÉ. **As explosões nervosas da presidente**. Ano 39. No 2417. Editora

Três. Abril de 2016.

RIBEIRO, Djamila. **O que é lugar de fala?** Belo Horizonte (MG): Letramento; Justificando, 2017. 112p.

SECOM. **Relatório Final Pesquisa Brasileira de Mídia – PBM 2016**. Disponível em <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-decontratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2016.pdf/view>>. Acesso em: 13 mai. 2019.

SILVA, Gislene. **Para pensar critérios de noticiabilidade**. Revista Estudos em Jornalismo e Mídia. Universidade Federal de Santa Catarina, v.2, n.1, 2005.

SILVA, Juremir Machado da. **O que pesquisar quer dizer: Como fazer textos acadêmicos sem medo da ABNT e da CAPES**. Porto Alegre: Sulina, 2010.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: a tribo jornalística / uma comunidade interpretativa internacional**. 2.ed. Florianópolis: Insular, 2008.

TSE. **Repositório de dados eleitorais, de 1994 a 2002**. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/eleicoes/estatisticas/repositorio-de-dados-eleitorais-1/repositorio-de-dados-eleitorais>>. Acesso em: 24 jun. 2019.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação de massa**. São Paulo: Martins Fontes; 1987.

Universidade de Brasília
Faculdade de Comunicação
Departamento de Jornalismo

APÊNDICE A

TRANSCRIÇÃO ACESSÍVEL DO EPISÓDIO PILOTO DO PODCAST ELAS POR ELAS

Podcast Elas por Elas – com Flávia Said

Episódio 1 – Piloto	
Tema	A Cobertura Jornalística de Mulheres na Política
Pesquisa, Roteiro e Apresentação	Flávia Said
Duração: 1 hora	
Local de Gravação	Laboratório de Áudio da FaC/UnB
Convidadas/Entrevistadas	Elen Cristina Gerales (Jornalista, Professora e Pesquisadora, Doutora em Comunicação). Gisele Oliveira Pimenta (Jornalista, Servidora Pública, Pesquisadora em Comunicação Pública).
Orientação	Prof. Dr. Elton Bruno Pinheiro

[TRILHA DE INTRODUÇÃO DO PODCAST, QUE É SUAVE, ESTILO LOUNGE]

[FLÁVIA SAID, APRESENTADORA, MULHER, JOVEM, INICIA O EPISÓDIO]

Olá, seja bem-vinda, seja bem-vindo, eu sou Flávia Said e esse é o episódio piloto da série de podcasts “Elas por Elas”, projeto que visa debater as questões que envolvem a presença de mulheres na política. Ao longo dos próximos programas nós vamos trazer mulheres que de alguma forma trabalham com política. Falaremos sobre as questões de gênero, com quem atua nas esferas participativas, em espaços de participação direta e nos bastidores. Esse episódio constitui uma parte do meu projeto final para obtenção do diploma de jornalista pela Universidade de Brasília – UnB. Hoje

nós vamos debater como a mídia representa mulheres na política com duas jornalistas convidadas: Elen Geraldles...

[SONORA: ELEN GERALDES, MULHER ADULTA, COMENTA]:

“Quando se questiona a mídia em qualquer aspecto já se atribui o nome de censura, ‘tão querendo mexer no meu queijo, no meu trabalho’ e tal.”

[FLÁVIA SAID APRESENTA A SEGUNDA CONVIDADA]

E Gisele Pimenta:

[SONORA: GISELE PIMENTA, MULHER ADULTA, COMENTA]

“As mulheres são vulneráveis, as mulheres sofrem assédios de políticos e de colegas jornalistas e de chefes jornalistas.”

[FLÁVIA SAID]

Fique com a gente!

***[CONTINUAÇÃO DA TRILHA POR ALGUNS SEGUNDOS.
TRILHA VAI À BG. APRESENTADORA RETOMA A FALA]***

[FLÁVIA SAID]

Existe uma teoria da comunicação que diz que o jornalismo é o espelho da sociedade. Segundo ela, as notícias nada mais fariam do que refletir a realidade tal como ela é. Ainda que essa seja uma teoria controversa, criticada pelo foco excessivo na objetividade, na imparcialidade, vale avaliar como a mídia representa mulheres políticas. Ainda que a imprensa não faça um reflexo exato, desinteressado, fidedigno da realidade social, a forma como a mídia representa os autores políticos diz muito como a sociedade no geral os enxerga. E para nos ajudar a desvendar a cobertura política brasileira chamamos para a conversa as jornalistas Elen Geraldles e Gisele Pimenta. A Elen é professora do curso de comunicação organizacional da faculdade de comunicação da UnB, é mestre em comunicação pela Universidade de São Paulo, doutora em Sociologia pela UnB e pós doutora em ciências da informação pela mesma instituição. Seja bem-vinda, Elen!

[ELEN GERALDES]

Obrigada. Tudo bem?

[FLÁVIA SAID]

Também aqui conosco no estúdio, a jornalista Gisele Pimenta. Doutoranda no programa de pós graduação em comunicação pela UnB e mestre pela mesma instituição. Ela é especialista em assessoria de comunicação e marketing pela Universidade Federal de Goiás onde se graduou. Servidora pública, Gisele trabalhou na Empresa Brasil de Comunicação, a EBC, onde foi editora do programa “voz do Brasil”. Bem-vinda, Gisele!

[GISELE PIMENTA]

Muito obrigada pelo convite, é um prazer estar aqui conversando com vocês.

[FLÁVIA SAID]

Obrigada. É... e não tem como falar da cobertura da mídia sem saber quem a constitui. Então, a gente trouxe aqui hoje pra conversa uma pesquisa recente de 2019 realizada pelo “portal comunique-se” com base numa plataforma de comunicação corporativa que constou ali quarenta e dois mil trezentos e trinta e dois (42.332) profissionais. Essa pesquisa mostrou que quinze mil seiscentos e cinquenta e quatro (15.654) mulheres jornalistas estão empregadas em veículos de comunicação. Apesar de esse número ser alto ali, estando na casa dos milhares, o número representa apenas trinta e seis vírgula noventa e oito por cento (36,98%) do mercado da imprensa no país. Então, vinte e seis mil seiscentos e setenta e oito (26.678) jornalistas do sexo masculino eles estão na mesma situação. De acordo com essa mesma pesquisa, a TV é a única em que os representantes do time feminino compõem mais da metade dos campos disponíveis de trabalho, enquanto o rádio é o meio que menos emprega mulheres. E é a partir dessa pesquisa eu gostaria de saber de vocês, é... como que vocês percebem ou perceberam dentro das redações, assessorias, de modo geral nos trabalhos de vocês essa desigualdade de gênero, né? E como que foi lidar com ela no dia a dia.

[ELEN GERALDES]

Olha, a desigualdade de gênero ela é muito presente no jornalismo. Ela é presente no mercado profissional brasileiro de forma geral, mas especialmente no jornalismo isso está ligado ao número de mulheres que faz o curso, que é hegemônico, nós temos muito mais mulheres que homens e, no entanto, ao observarmos o perfil de empregabilidade mais homens estão empregados que mulheres. Então eu chego a dizer que numa turma de quarenta estudantes é comum que nós tenhamos trinta mulheres, trinta e cinco mulheres. E, no entanto, esses cinco homens talvez tenham muito mais chances de estarem empregados, bem empregados que essas mulheres. Novamente, essa

discriminação ela continua nos cargos ocupados. Se nós fizermos um recorte pelo local em que esses homens e essas mulheres trabalham, seus cargos e suas remunerações a gente percebe claramente que as mulheres estão em desvantagem, embora elas sejam uma maioria numérica na profissão, elas são uma minoria no mercado de trabalho e sobretudo uma minoria em relação a cargos de destaque.

[GISELE PIMENTA]

É... eu vou complementar com um exemplo prático que eu acho que pra deixar um pouquinho a conversa dinâmica, que eu vim pensando isso quando eu tava vindo pra cá. É... eu comecei a minha carreira de jornalista, uma jovem jornalista de vinte anos com o jornalismo esportivo, a professora Elen até acompanhou um pedacinho dessa minha saudade ainda por... pelo jornalismo esportivo. E era um ambiente completamente masculino, então um ambiente onde ele é dominado por homens as vezes a gente não percebe essas sutilezas, porque a gente acha que aquilo é natural, né? Então, tudo que você vive nesse ambiente masculino que é naturalizado por todos eles, a mulher também naturaliza, afinal você é minoria nesse espaço, né? E aí todos eles estão falando uma coisa e você começa a se questionar “será?” “será que realmente eu estou exagerando em algum ponto? Eu estou fazendo uma leitura equivocada desses machismos?”. Então assim, na minha época, é.... ainda mais nova onde a gente não tem essas posições com muito mais clareza, era muito nítido. Eu participei de um debate uma vez, era um debate numa televisão, uma televisão aberta de Goiânia, que é minha cidade natal e o tema era “mulheres no esporte” e eram três convidadas mulheres. Eu, de vinte anos/ vinte e poucos anos com uma experiência muito pequena ainda no mercado, começando a tatear esse mercado. Tinha uma outra convidada que era um pouco mais velha que eu, mas era filha de um comentarista de Goiânia também, um comentarista bem renomado. E a outra que era senhora mais velha que tinha muito tempo de mercado, que era esposa de um comentarista. Então assim, hoje eu vejo essa leitura, né. Eu falo “gente”. É um lugar que é como a política, né? Normalmente ele é ocupado por mulheres (quando ocupados por mulheres) por mulheres que têm relações com homens que estão nesse meio.

[FLÁVIA SAID, (complementando)]

Exatamente... Exatamente.

[GISELE PIMENTA]

Já começa por aí.

[FLÁVIA SAID]

E até como a Elen falou, né. Isso vem desde a faculdade, a graduação e isso vai se refletindo...

[GISELE PIMENTA]

Sim...

[FLÁVIA SAID]

E a gente observa também que quanto maior o grau de hierarquia dentro das redações, menos mulheres existem.

[ELEN GERALDES]

Sim. E é curioso não só no jornalismo, a gente tem também na educação, né. Se nós observarmos, a educação é uma profissão majoritariamente feminina e na hora dos cargos de maior destaque as mulheres vão se tornando raras, raríssimas ou simplesmente não o atingem. Quantas ministras e quantos ministros da educação nós tivemos, por exemplo?

[GISELE PIMENTA]

Sim...

[ELEN GERALDES]

E reitoras e reitores de universidade? Então essa questão está presente em outras áreas e na comunicação também. E é interessante observar quais são esses reflexos, né? Por exemplo, na apuração, será. Eu sempre me pergunto se essa presença das mulheres lotadas em algumas áreas e praticamente excluídas de outras, se isso tem impacto, por exemplo, no tipo de apuração realizada. Então um exemplo que eu dou, como jornalista eu sempre gostei muito de economia e hoje a economia tem uma quantidade maior de mulheres, mas historicamente era um espaço em que os homens eram predominantes. Então, as matérias da economia elas eram muito desvinculadas do cotidiano, do real. Então, muitas vezes você tinha uma matéria de economia que ela pairava ali sobre as grandes questões financeiras, sobre a dívida externa, sobre FMI e ela nunca se voltava pro impacto disso no cotidiano das pessoas. Isso vai significar o que na conta de água, de luz, ao fazer uma compra no supermercado? Essa eu atribuo também isso ao fato de que muitos homens que faziam essa apuração, foram homens que estavam totalmente deslocados dessas questões. Talvez não fossem eles a fazerem compras, nem eles a negociarem assim o orçamento familiar, né? Então eu acho que na apuração você já observa isso. Também nas pautas de esporte, né. Durante muito tempo nas olimpíadas, você via que a cobertura do esporte praticado por mulheres

mesmo esporte de alto rendimento, era uma cobertura sob o olhar masculino. Então, “nossa, essa corredora é linda” “você viu os olhos dela?” “que sorte, que legal, que bonita” “não são nem desse país”

[FLÁVIA SAID]

Focando sempre nessa parte, né? Da aparência

[ELEN GERALDES]

Da beleza, da aparência. Então as vezes a pessoa estava lá batendo record... records, né... E, no entanto, era vista exclusivamente como bonita ou não.

[GISELE PIMENTA]

E a própria representatividade desse esporte, por exemplo. É... O quão valor você dá para esporte, para o futebol masculino e para o futebol feminino, por exemplo, né. O que é mais importante? Quais são os aspectos valorizados desses jogos? Quando eles são transmitidos, por exemplo? Aí normalmente, os estereótipos masculinos, eles são estereótipos de força, de tática, né. E os femininos são de fragilidade, de que não foi feita para aquilo, né, por muito tempo isso perdurou também nas coberturas e nas atividades jornalísticas. A Elen também falou sobre essa questão do olhar do jornalista para a apuração e é um olhar de representatividade também, quando você vai cobrir, vai fazer uma grande reportagem por exemplo com mulheres presas, né. Que olhar você homem, que olhar que você vai ter para uma questão de maternidade, né? Para uma questão é... de menstruação, muito simples, né que falta...

[FLÁVIA SAID]

licença maternidade...

[GISELE PIMENTA]

Exato! Falta elementos básicos que para uma mulher é algo que é de extrema importância e esse olhar às vezes por machismo, outras vezes por uma falta completa de percepção dessas situações.

[ELEN GERALDES]

É, por isso a defesa de que a mídia tem que ser um espaço de diversidade, não somente de gênero, gênero sem dúvida é uma condição especialmente importante, mas também etária, de classe social, racial, porque se não alguns grupos sempre aparecem como o grupo que é minoritário, mesmo não sendo, as mulheres não são minoritárias e na população brasileira elas viraram minoria, ou a população negra que é vista como minoria, ou um grupo é visto

como exótico, como exceção, como... Isso porque o perfil dos profissionais que trabalham na área é muito impactante sobre o olhar que se dá para a diferença.

[FLÁVIA SAID]

Hum, bacana! E esse paralelo também entre o esporte e a política, né. Ou até como editorias do jornalismo ele é muito interessante, mas trazendo mais aqui, puxando para o nosso lado essencialmente da política, né, historicamente a política sempre foi um ambiente que... hostil um pouco, as mulheres, né? Tem todo aquele debate sobre a violência política de gênero que visa afastar mulheres da política e assim como a guerra, a política sempre foi aquele espaço que era negado às mulheres. E aí agora para nortear essa segunda parte da nossa conversa, a gente vai ouvir um áudio que ilustra um pouco como que as pessoas percebem a representação que a mídia faz de mulheres na política.

[SEQUÊNCIA DE SONORAS]

[SONORA 1: MULHER, ADULTA]

“O trato da mídia com as mulheres na política é bem diferente da dos homens. A dos homens foca muito na qualificação, no currículo, na carreira deles e a das mulheres eu vejo muito coisas supérfluas, né. Eu já vi reportagens de como a mulher envelheceu, ou a roupa que ela estava usando, ou o fato dela ser muito bonita, coisas mais ligadas a beleza sem mostrar o currículo e a carreira dela realmente. Então a gente vê essa diferença não só na política, mas em muitas outras áreas também, né.”

[SONORA 2: MULHER, JOVEM]

“Mulheres na política, representado pela mídia, pra mim é sempre vista como uma coisa raivosa, furiosa, principalmente quando eu me recordo do processo do impeachment de Dilma, onde as capas de jornais ela era mostrada como descontrolada, como... uma pessoa furiosa, uma pessoa com raiva, uma pessoa brava. Então, diferentemente do homem que quando é mostrado dessa maneira, como uma força, como algo... uma qualidade, eu acredito que a mulher mostrada nessa perspectiva tira um pouco a noção da feminilidade, parece que ela não pertence àquele lugar, que ela tá descontrolada, até aquele sentido de que a mulher é louca.”

[SONORA 3: MULHER, ADULTA]

“Olha, eu acredito que o percentual de mulheres na política é menor e isso reflete na inserção dessas mulheres, principalmente em cargos de

poder. Porque eu acredito que a mídia dá espaço aos cargos, então é o presidente da câmara, o presidente do senado, é o líder da comissão, o relator tal. Então, como o percentual de mulheres que estão na política ainda é muito menor em relação ao dos homens e proporcionalmente ao da população, eu acho que por isso que não tem tanto espaço, visto que a mídia vai atrás das fontes que tem o que dizer.”

[FINALIZAM AS SONORAS E A APRESENTADORA RETOMA A FALA]

[FLÁVIA SAID]

Bom, a partir dessas opiniões agora eu queria jogar pra vocês a pergunta, né. Pode-se dizer que a cobertura brasileira de políticas mulheres melhorou nos últimos anos, ainda que de forma insuficiente?

[ELEN GERALDES]

É difícil, estabelecer assim uma comparação entre melhor e pior, mesmo porque, o percentual de mulheres na política no Brasil é um dos menores do mundo. Ele continua muito pequeno, é frequente que tenha uma renovação no congresso aparentemente porque há outros parlamentares, mas esse patamar permanece o mesmo. Então numericamente continua-se o mesmo. Do ponto de vista de posição, de poder que essas mulheres ocupam, são posições, muitas vezes são poucas, elas estão em poucos cargos de destaque e quando estão esses cargos são frequentemente ameaçados, né? Então, eu me lembro de um conflito que tem uma líder do governo com os filhos do presidente, ocorrido em dois mil e dezenove (2019), e o que acontece? Esse conflito ele tá lá nas mídias sociais, em várias mídias sociais e tal ele se manifesta por memes...

[GISELE PIMENTA]

Pejorativos inclusive, né?

[ELEN GERALDES]

Pejorativos... E é interessante que quando se critica a parlamentar, uma coisa que aparece muito é uma crítica a sua aparência, ela é comparada a um desenhinho infantil de uma porca, porque ela é gorda. Então é muito, há muitos homens com sobrepeso na política nacional, porém eles não vão aparecer, eu não me lembro de homem nenhum ser comparado a um porco porque ele é gordo, ou que isso seja a principal característica a se observar e a se criticar nele. Então, isso não foi feito pela mídia, foi feito por um político mas a mídia, ela compactua muitas vezes com isso, até no sentido de dizer o seguinte: “olha, o objetivo é imparcial, só estou relatando, não fomos nós que

falamos”, ela não acrescenta uma crítica, ela não problematiza, ela não faz uma pergunta. Porque diante de todas as críticas que poderão ser feitas a política nessa situação parlamentar, nessa situação vai se destacar a aparência dela, né.

[GISELE PIMENTA]

Pegando esse lado das profissionais, por exemplo, que trabalham com a política, trabalham com o congresso, são ambientes de poder e ambientes onde a posição da mulher ainda é muito demarcada, que é uma posição que você não é respeitada enquanto profissional

[FLÁVIA SAID]

Ainda é muito hostil, né?

[GISELE PIMENTA]

Exato, é uma posição em que a todo tempo você está sendo testada, você está sendo questionada, se você não faz aquele jogo que normalmente a política impõe à mulher, que é o que? Ah, eu tenho ali uma jornalista que eu vou conseguir ter uma relação com ela, uma relação às vezes até sexual com ela e que eu vou conseguir ter algum trânsito na mídia. Aí se você não faz esse papel que hoje eu acho que... aí você estava falando de “o que evolui?” eu acho que mudou um pouco o cenário, mas ainda sim existe, as mulheres são vulneráveis, as mulheres sofrem assédios de políticos e de colegas jornalistas e de chefes jornalistas...

[FLÁVIA SAID]

E por que você acha que mudou um pouco? Você acha que teve pressão dos movimentos feministas, teve renovação nas redações?

[GISELE PIMENTA]

Existe uma questão que ela é social. O papel da mulher social, o papel na sociedade ele vem sendo reconstruído sim por movimentos sociais, por uma tomada de consciência, por uma liberdade econômica da mulher (ruídos ao fundo do minuto 19:31 ao 19:33). Isso tudo reflete nas redações e na política.

[ELEN GERALDES]

E complementando só a questão que a Gisele colocou e que você tinha perguntado, Flávia, de fato quando você tem mais visibilidade das acusações de assédio isso tem um impacto muito grande sobre o assediador. Então, o fato de a gente tem um movimento feminista que vai trabalhar o empoderamento e até o reconhecimento das mulheres em situações de assédio e situações as

vezes que aconteceram “meu primeiro assédio” olha, vai lá pros seus dez, onze anos. Você começa a repassar sua vida por outro filtro.

[FLÁVIA SAID]

Só de identificar, né, esses casos...

[ELEN GERALDES]

Identificar! Porque as vezes o assédio aconteceu recorrentemente na sua carreira, concordo com Gisele, as mulheres são vulneráveis porque elas são pressionadas, são vulnerabilizadas. Porque elas são pressionadas por colegas de profissão e por políticos, só que muitas vezes isso não ganhava visibilidade. Ao ganhar visibilidade você tem espaço de denúncia e tal, embora não espaços consensuais, continua vindo gente que vai dizer o seguinte: “olha, o problema foi dessa mulher que não soube se impor”.

[GISELE PIMENTA]

“Que exagero”, né?

[ELEN GERALDES]

“Que exagero, cantada, gente” “cantada é legal, cantada é bom” “Olha o que ela fez pra receber esse tipo de.”.

[FLÁVIA SAID]

Tentando justificar...

[ELEN GERALDES]

De assédio, né.

[FLÁVIA SAID]

Uhum.

[ELEN GERALDES]

Então, eu acho que a visibilidade ela é um fator que talvez possa estar ligado a uma mudança na forma como a mulher, a profissional que trabalha na política é vista.

[GISELE PIMENTA]

Mas ainda assim é o que a Elen se posicionou no início da fala dela, aquela história de olhar o copo meio cheio e meio vazio. Somos pessoas otimistas, eu e Elen sabemos desse perfil, mas ainda assim a gente não pode mascarar uma realidade que é muito cruel para as mulheres. Vamos falar de representação

política, por exemplo, hoje, atualmente, em dois mil e dezenove (2019) no congresso, temos setenta e sete (77) deputadas e temos doze (12) senadoras. São quinze por cento (15%) tanto na câmara quanto no senado de representatividade...

[FLÁVIA SAID]

Já teve um avanço, né. Da legislatura passada para essa.

[GISELE PIMENTA]

E ainda sim é um número muito pequeno, e aí isso reflete não só na posição que essas mulheres ocupam no parlamento, mas nas políticas que essas pessoas fazem. Então assim, são homens discutindo questões femininas, por exemplo. Como é que um Congresso onde brancos, homens...

[ELEN GERALDES]

Cis gêneros

[GISELE PIMENTA]

Héteros, exatamente. Como é que eles vão discutir questões tão específicas de diversidades tão específicas? Como é que eles vão falar sobre aborto? Como é que eles vão falar sobre maternidade? Como é que eles vão falar sobre escolas, né.

[FLÁVIA SAID]

O lugar de fala, né.

[ELEN GERALDES]

É, e aí a gente pensa também nessas mulheres que foram eleitas, né. Porque muito frequente no perfil dessas mulheres, o perfil como a Gisele tinha abordado, de mulheres que já vêm de famílias de políticos, então as bandeiras delas não são sempre bandeiras próprias, elas já encampam bandeiras familiares herdadas na qual a representação e a representatividade de gênero ficam em segundo lugar. Então...

[GISELE PIMENTA]

Às vezes ela é até ligada, né?

[ELEN GERALDES]

Ela é até ligada. Então você tá no espaço em que tem algumas mulheres que chegaram a isso, que sofrem violências e repressões dos colegas, mas elas negam isso, elas insistem “não sou feminista” “feminismo já era”, tem

preconceito em relação a essa palavra. Tem preconceito... Então, o local de fala delas também pode muitas vezes ser problematizado, né. E eu gostaria de chamar atenção também com a mudança de uma política pública que teoricamente beneficiaria as candidatas, com isso foi feito de forma pouco transparente e nebulosa. Como muitas vezes essas candidatas recebiam dinheiro, recebiam recursos e havia muitas denúncias, uma inclusive hoje sendo investigada, de que esses recursos voltavam pros homens...

[FLÁVIA SAID]

Nossas candidatas eram laranjas...

[ELEN GERALDES]

Laranjas, uhum... Então você pensa “poxa” até esse mecanismo que parece um mecanismo de empoderamento, essa mulher recebe o dinheiro pra ela não fazer campanha, “não faça se não vai ser eleita”

[FLÁVIA SAID]

Só para cumprir ali a cota e esse dinheiro volta pros homens (risos)

[GISELE PIMENTA]

E ela é duplamente atacada, eu acho, assim, ela é atacada nesse momento que ela tá ali pra cumprir essa cota e depois quando ela é representada pela mídia, porque a figura da laranja é dela, né. E todos os comentários machistas que disso decorre. “Ah, mas como ela aceitou” “ah, ela sabia que estava fazendo coisa errada” “ah, mas ela não é nenhuma santa, olha só recebendo dinheiro pra ficar com uma parte e passar essa outra parte pra outra pessoa” então assim, a vulnerabilidade ela é dupla nesse sentido. E aí enxergar isso pode ser um pouco fácil pra gente que tem essa leitura, mas para as pessoas um pouco mais distantes é realmente, é uma mulher que aceitou receber dinheiro pra não fazer nada, né. Aceitou receber dinheiro pra poder se beneficiar de alguma coisa.

[FLÁVIA SAID]

Isso. Agora eu queria tocar na questão do vocabulário e da linguagem. Alguns exemplos de como a mídia representa as mulheres tão justamente presente na escolha dos termos que são utilizados. Então, não só a língua portuguesa privilegia aquele masculino genérico, como também existe vários manuais de redações de diversos jornais uma recusa pela utilização de certos termos como, por exemplo: presidenta e uma insistência no uso de substantivos como mulher ao invés de esposa. E aí, eu queria saber se vocês consideram que a

linguagem faz parte do problema. Se sim, como que isso pode contornar o sexismo gramatical da língua portuguesa?

[ELEN GERALDES]

Imagine se você é matemático, se você se qualificou pra isso, trabalha com isso e você começa a dizer o seguinte: “não, número é uma bobagem” “não, esse sinal aqui tanto faz eu colocar um igual ou equivalente porque são parecidos, só colocar um til em cima do igual da na mesma”. Então, você nunca vai ouvir um matemático que é um profissional que trabalha com uma linguagem, porque a matemática é uma linguagem, falar isso. Mas você vai ouvir muitos jornalistas e outras habilitações da comunicação falarem que isso é bobagem. Não foi isso que quiseram dizer, “não foi dessa forma, falta humor nas pessoas” “foi só uma escolha pela facilidade, pela coloquialidade”. Então, há uma frequente banalização da linguagem por profissionais que lidam com a linguagem, e as palavras são perigosas, as palavras não têm sinonímia, então você usar mulher não é a mesma coisa de você usar esposa. E eu acho que isso tem de ser desenvolvido desde a formação desse profissional, deve-se enfatizar, deve citar assim, de manhã de tarde e à noite uma reflexão sobre o papel da linguagem o papel que ela ocupa na sociedade com essa característica de representação e ao mesmo tempo de conservação ou de transformação desse real. E ao mesmo tempo isso tende entrar nas redações, sabe? Ou pela porta da frente, por meio das discussões que acabem acontecendo por fruto dessas formações, da pressão dos movimentos sociais ou sabe, pela janela, por meio de políticas públicas que enfatizem conselhos, onde haja mais representatividade, onde haja mais problematização. A linguagem realmente é um terreno assim, a ser desbravado pelo jornalista que o tempo todo banaliza e minimiza seu impacto.

[GISELE PIMENTA]

E para os estudos da linguagem mesmo, pouquíssimos, pouquíssimos estudiosos enxergam a linguagem como algo neutro. Acho que a literatura dominante sabe muito bem que a linguagem ela nunca é neutra, o que varia é qual a ênfase que vai dar para o significado, para quem falou essa mensagem. Mas é quase tácito na área que a linguagem não carrega essa neutralidade e uma neutralidade que sempre, é.... É defendida pela mídia como “ah, eu sou neutro, eu sou imparcial nas minhas escolhas, nas minhas escolhas de palavras, nas minhas escolhas de títulos, nas minhas escolhas de quem fala nessas reportagens, por exemplo, né. A gente ouviu um depoimento da vinheta, é... Falando de cargos de poder, que normalmente homens ocupam cargo de poder e por isso são ouvidos, mas não só isso. Mesmo quando as

mulheres estão em evidência, você vai fazer estudos estatísticos sobre a quantidade de mulheres que tem poder de fala nas matérias é algo muito restrito. Então, linguagem é poder, linguagem é dominação, linguagem como a Elen disse, constrói visões de mundo e linguagem também é algo com que você naturaliza as coisas. É... Até para gente que é feminista, que é jornalista, que está aí sempre tentando reconstruir coisas, as vezes ouvir uma palavra, por exemplo presidenta, pode não soar algo natural. Como vai soar natural?

[FLÁVIA SAID]

Até porque foi a primeira vez, né?

[GISELE PIMENTA]

Falando, né, usando, não se recusando ao termo. Eu, por exemplo, me apresento como mestra, eu sou mestra em comunicação. E aí enquanto a gente não começa a naturalizar essas práticas, isso não é internalizado pelas pessoas e você continua valorizando o masculino, e aí pra algumas pessoas vão falar que é sutilezas, mas a violência simbólica também é exercida nessas sutilezas

[FLÁVIA SAID]

Uhum.

[GISELE PIMENTA]

Nesses detalhes, entre aspas, no rádio não dá para ver o entre aspas, por que é detalhe pra quem? Quem exerce o poder, quem está na situação de dominação, e para quem tá nessa posição desfavorável, isso não é detalhe. Às vezes é a brecha que essas pessoas têm, que mulheres têm, que as minorias têm pra poder atuar e reivindicar algum tipo de postura de protagonista nos processos, por exemplo a presidenta Dilma é isso, é onde ela pode reafirmar que ela é presidenta, ela é mulher, ela tá ocupando o mais alto posto do país, né.

[ELEN GERALDES]

Sim, o sexismo gramatical ele só pode ser encarado quando houver um exercício contínuo de prestar atenção ao que se diz, em como se diz em vários aspectos, né. A gente faz, a gente comete o tempo todo esses... a gente deixa marcas da nossa leitura de certos grupos, então, é uma lista negra, vai se denegrir a imagem de alguém, e porque não vai se embranquecer não é uma lista branca? Da mesma forma, em relação às mulheres, né, quando a gente vai analisar alguns adjetivos associados a uma mulher e os adjetivos

associados a um homem vamos fazer esse exercício de ir lá para o dicionário, né? O dicionário do Aurélio. Então quando se coloca homem, tem mais de 30 termos associados, é homem de fibra, homem de valor, homem de garra. E quando você vai pra mulher tem mulherzinha, mulher da vida, mulher... então, ali nessa adjetivação, uma parlamentar é firme, uma deputada ela é esférica, um parlamentar ele foi assertivo, uma parlamentar ela é louca, agressiva... um presidente ele é divertido, ele fala o que pensa, uma mulher presidenta ela fala demais. Então, olha lá, os pesos e as medidas que são utilizados para gente ver essa atuação.

[GISELE PIMENTA]

Falando até de linguagem mesmo, o próprio termo “outsider” né, que tá aí na modinha, quando era a Dilma, que não é uma pessoa com uma tradição na política em si, em cargos eletivos, ela era uma pessoa que era de fora e desconhecia os meandros da política...

[ELEN GERALDES]

Não era habilidosa, era só muito técnica...

[GISELE PIMENTA]

Exatamente! Isso era uma desqualificação, ela só era... ela não sabe fazer política. Agora o presidente Bolsonaro, por exemplo, que é um cara que há 30 anos... Um cara, né? Olha só!?... *(risos)*.

[ELEN GERALDES]

(risos) linguagem...

[GISELE PIMENTA]

(risos) Até que é uma pessoa que há 30 anos esteve no congresso nacional como deputado é considerado um “outsider” e essa expressão...

[ELEN GERALDES]

É um mérito!

[GISELE PIMENTA]

É positiva!

[ELEN GERALDES]

Sim!

[GISELE PIMENTA]

É que ele não vai fazer um jogo político...

[ELEN GERALDES]

Não está contaminado pelas práticas...

[GISELE PIMENTA]

Que ele vai romper com tudo isso que a política faz hoje em dia, que é só algo que é linguagem também, que é algo construído pela mídia, isso sim, né? A política como algo negativo, como algo perverso, como algo corrupto e como algo que não tem jeito, né.

[FLÁVIA SAID]

Certo. É... e agora que a gente chegou nessa discussão sobre a ex-presidenta Dilma, esse caos da cobertura que a mídia fazia dela é citado como um dos mais emblemáticos exemplos de misoginia da cobertura recente do jornalismo brasileiro. E é independente do juízo de valor se foi golpe ou não, que eu não gostaria de entrar aqui no mérito, mas a ex-presidenta ela foi vítima da referida violência política de gênero, né, que em última instância visa afastar ali já mulheres do exercício político. E aí na votação da abertura do processo de impeachment no plenário da câmara, a misoginia no ambiente político, não só contra Dilma, ficou evidente. E aí a gente vai ouvir um pouquinho disso no áudio a seguir.

[ENTRA VINHETA DE PASSAGEM: É O SOM DE UMA CÂMERA REBOBINANDO, INDICANDO QUE AS SONORAS QUE SERÃO TRANSMITIDAS NA SEQUÊNCIA SÃO, EM ALGUMA MEDIDA, ANTIGOS]

[SONORA 4 – VOZ DO ENTÃO DEPUTADO FEDERAL, JAIR BOLSONARO, NO PLENÁRIO DA CÂMARA DOS DEPUTADOS. *(Há ruídos e muitas vozes ao fundo. Na sessão, estavam presentes mais de 500 deputados)*].

“Contra o comunismo, pela nossa liberdade, contra o folha de São Paulo, pela memória do coronel Carlos Alberto Brilhante Ustra, o pavor de Dilma Rousseff (*barulho de vaías*), pelo excesso de Caxias, pelas nossas forças armadas, por um Brasil acima de tudo e Deus acima de todos, o meu voto é SIM!” (*Muito ruído, vaías e gritos ao fundo*).

[VOZ DO ENTÃO PRESIDENTE DA CÂMARA, DEPUTADO EDUARDO CUNHA, FALANDO]:

“Jair Bolsonaro, PSC, Rio de Janeiro, votou sim.”

[SONORA 5 – VOZ DO ENTÃO DEPUTADO FEDERAL, JEAN WYLLYS]

“Eu quero dizer que eu estou constrangido de participar dessa farsa (*barulho de vaías*), dessa eleição indireta conduzida por um ladrão, urdida por um traidor, conspirador e apoiada por torturadores, covardes, analfabetos políticos e vendidos. Essa farsa sexista. Em nome dos direitos da população LGBT, do povo negro exterminado nas periferias, dos trabalhadores da cultura, dos sem-teto, dos sem-terra, eu voto não ao golpe e durmam com essa, canalhas!!!” (*Muitos ruídos, vaías e gritos ao fundo*)

[VOZ DO DEPUTADO FEDERAL, BETO MANSUR]

“Deputado Jean Wyllys do PSOL do Rio de Janeiro votou não.”

[SONORA 6 – VOZ DA DEPUTADA FEDERAL, JANDIRA FEGHALI]

“Primeiro registrar minha indignação deputado Eduardo Cunha, por ainda vê-lo sentado nessa cadeira sem munir condições morais para isso. Segundo a minha indignação de vê-lo abraçado com o traidor da democracia que tenta usurpar a cadeira da presidenta que o senhor Michel Temer, que não tem fato para tal. Terceiro, quero expressar aqui que ficou muito claro para a sociedade brasileira qual é a aliança pelo impeachment que reúne corruptos, torturadores como Jair Bolsonaro e traidores da pátria. Em respeito...”

[VOZ DO ENTÃO PRESIDENTE DA CÂMARA, DEPUTADO EDUARDO CUNHA (*interrompendo*)]

“Como vota, deputada?”

[VOZ DA DEPUTADA FEDERAL JANDIRA FEGHALI]

“Em respeito aos trabalhadores que usam o vermelho da luta e a bandeira do Brasil, do campo e da cidade que estão nas ruas, com muito sacrifício e convicção dizer: a luta apenas começou. Em respeito à democracia, à Constituição, não há crime. A presidente Dilma é honesta. Não há crime! Portanto, é golpe! E eu voto “não”. Contra o golpe!” (*Muitos ruídos, vaías e gritos ao fundo*).

[VOZ DO DEPUTADO FEDERAL FELIPE BORNIER]

“Deputada Jandira Feghali do PCdoB do Rio de Janeiro votou não”

[SONORA 6 – VOZ DO ENTÃO PRESIDENTE DA CÂMARA, DEPUTADO EDUARDO CUNHA (*chamando para votação*)]

“Deputada Clarissa Garotinho.”

[VOZ DE DEPUTADO AELTON FREITAS]:

“Deputada Clarissa Garotinho se encontra em licença de gestação.”

[VOZ DO ENTÃO PRESIDENTE DA CÂMARA, DEPUTADO EDUARDO CUNHA]

“Ausente!” (*barulho de vaías durante doze segundos*).

[VOZ DE DEPUTADO FEDERAL NÃO IDENTIFICADO]

“Deputada Clarissa Garotinho está ausente, portanto, dois ausentes!”

[SONORA 7 – VOZ DO ENTÃO PRESIDENTE DA CÂMARA, DEPUTADO EDUARDO CUNHA (*chamando para votação*)]

“Deputada Margarida Salomão do PT.”

[VOZ DA DEPUTADA MARGARIDA SALOMÃO]

“Senhoras parlamentares, senhores parlamentares, ouvindo com atenção os oradores que me precederam, eu observei com espanto que a maioria dos deputados que apoiam o impeachment o fazem invocando seus familiares, os aniversários, a situação das estradas, as coisas mais diversas, inclusive o nome de Deus. Mas não aludem ao crime de responsabilidade que seria a causa constitucional para o impeachment, não aludem que esse crime não existe, que a presidenta Dilma não cometeu crime nenhum, é uma mulher decente, íntegra, honesta, que está sendo vítima de uma grande injustiça. Crime...” (*muitos gritos e vaías ao fundo. Vozes cobram: “Vota!”*)

[VOZ DO ENTÃO PRESIDENTE DA CÂMARA, DEPUTADO EDUARDO CUNHA]

“Como vota, deputada? Conclua, por favor, o seu voto.”

[VOZ DA DEPUTADA MARGARIDA SALOMÃO]

“Peço aos senhores que me ouçam como eu os ouvi!” (*Vozes ao fundo respondem repetidamente: “Não! Chega!”*). Eu os ouvi mencionando todas essas razões. Eu quero falar em nome da democracia, em homenagem a todos os que estão nas redes e nas ruas lutando pela democracia e contra o golpe. Voto contra o golpe contra os golpistas, contra Eduardo Cunha, contra Michel Temer.”

[VOZ DO DEPUTADO FELIPE BORNIER]

“Deputada Margarida Salomão do PT de Minas Gerais votou não.”

[ENTRA VINHETA DE PASSAGEM. É O SOM DE UMA CÂMERA REBOBINANDO. APRESENTADORA RETOMA A FALA]

[FLÁVIA SAID]

É... No livro “Misoginia, Mídia e Golpe” organizado aqui pela professora Elen, são feitas várias entrevistas com acadêmicas e políticas que aponta que a mídia teve um papel fundamental e ativo no processo. Então assim, pra além da misoginia ali dentro mesmo do ambiente da câmara, eu queria saber um pouco de uma avaliação sobre de que forma a mídia influenciou a opinião pública e a opinião dos próprios julgadores?

[ELEN GERALDES]

Há muitas declarações, há muitos exemplos de como a mídia agiu de forma sexista, então, por exemplo, criando um perfil da Dilma que é um perfil de características assim subjetivas que ela ampliou e enfim, colocou no ar de uma pessoa totalmente desequilibrada, que o Brasil estava sendo governado por uma presidenta que ao mesmo tempo era uma marionete do alto escalão do PT, que estava ali sem méritos próprios, tinha sido eleita por causa de seu apadrinhamento político, ela era apadrinhada pelo Lula e ao mesmo tempo ela era desequilibrada, ela era uma pessoa vingativa, ela tratava mal todos os seus auxiliares, ela era rude com as suas secretárias. E dessa forma com características que nunca foram avaliadas pelos homens, “ela engordou” ou “ela emagreceu”, “ela usava roupas que não eram bonitas”. A mídia vai reproduzindo, vai criando ali uma personagem e é uma personagem que parece que não merece estar ali e que seria bom que ela partisse o quanto antes. De fato, quando se fala que se pouco explicou da razão para aquele impeachment, isso está certo, porque não é como em outros casos que você tem o julgamento de algo que o presidente, que a presidenta tenha feito. Não, é simplesmente, olha uma prática comum a pedalada, uma prática política extremamente comum que serviu de alibi e a mídia que sabia de outras pedaladas que conhecia a frequência da prática ela reproduz isso, né. Agora interessante no livro, as entrevistas com pesquisadoras e pesquisadores da área, cientistas políticos, militantes comunicólogos e comunicólogas que o papel da mídia é identificado em praticamente todas as entrevistas que se acha que houve um protagonismo. Se foi um golpe, foi um golpe cívico militar midiático. Porém, se percebe que é golpe, se percebe que é mídia, o papel da mídia, mas quando se fala em misoginia aí as fontes se dividem. Curiosamente, se entende o sexismo, mas a misoginia “não é bem assim” e tal, o que mostra que muitas vezes até pesquisadoras e pesquisadores que se debruçam sobre as condições de produção da política brasileira, produção simbólica,

econômica e social, tem dificuldade de reconhecer a misoginia porque a misoginia está muito entranhada nas nossas práticas, na nossa formação.

[FLÁVIA SAID]

Você poderia explicar um pouco melhor, então, o que é misoginia aos nossos ouvintes?

[ELEN GERALDES]

Vamos fazer uma analogia ao feminicídio. Então, historicamente, as mulheres foram mortas sobretudo por companheiros, diferentemente dos homicídios de homens que são em espaços públicos os das mulheres são em espaços privados por pessoas mais próximas a elas, como companheiros, pais, maridos, namorados e até filhos. No entanto, quando você nomeia aquilo de feminicídio, você explica que aquela pessoa foi morta sobretudo por ser mulher, por algo que então o homem atribuía possibilidade de matar, de exterminar aquela pessoa porque ele dizia que aquela vida valia menos ou que pertencia a ele. Então ele podia dispor dela como quisesse. O caso da misoginia é a mesma coisa, quando eu simplesmente digo que é sexismo, eu reconheço o machismo estrutural fundante da sociedade brasileira que tá desde lá das capitanias hereditárias. As três capitanias que deram certo na história do Brasil, elas foram, elas tiveram mulheres a frente delas. Enquanto você vai no livro de história de história, você vai ver os homens, os maridos, que nem estavam lá, ou tinham morrido, ou tinham enlouquecido, tinham partido pra Portugal. Foram as mulheres que ficaram aqui e fizeram dar certo, as únicas que deram certo foram administradas por mulheres. Então sexismo ele é estrutural infundante, quando você atribui ao sexismo a causa de você odiar uma mulher, a causa de você querer interceptar um direito dela que é o mandato, de você querer expulsá-la de um espaço, isso é misoginia. E quando a gente nomeia de misoginia isso é muito impactante porque as pessoas até falam “não, eu não sou preconceituosa, pode ser que eu não goste disso, não goste daquilo, sabe como é, né? Mulher chefe”. Ninguém tolera, isso você vai ouvir muitas vezes de mulheres e de homens, mas quando você pergunta a essa pessoa “você é misógino? você odeia uma pessoa? Você quer tirar do seu convívio ou você quer privar de um cargo por ser mulher?” você reforça nessa pessoa uma autoanálise uma autocrítica. Então é muito importante destacar que houve muita misoginia no processo, né. Então, você via circular charges, ilustrações de violência sexual contra a Dilma, né. Então, a gente não vê por mais que tenha sido odiado um presidente, e o Collor teve quedas de popularidade imensas que geraram seu afastamento, sobretudo por uma desilusão popular e tal, você não vê nenhuma referência a uma violência sexual contra ele ou

contra Lula que foi muito amado mas também tem uma parcela da população que o odeia. Então, há misoginia sim, e essa misoginia tá muito ligada a um crescimento da direita que me parece que está presente em muitos países do mundo a uma onda neoconservadora e que quando ela é legitimada pelo voto ou pela ocupação em lugares de poder de pessoas misóginas, ela dá o aval por exemplo para o crescimento de feminicídios, isso legitima. Uma sociedade misógina, é uma sociedade que, por exemplo, é factível matar uma mulher.

[GISELE PIMENTA]

E esse caso do impeachment da presidenta Dilma, ele é muito simbólico, porque eu acho que ele reúne vários elementos que discutimos aqui durante o programa. Ele reúne a misoginia, reúne a questão da linguagem, reúne até o questionamento do papel da mulher na vida pública, por exemplo. A forma como a mídia retrata tudo isso as vezes é uma forma que talvez a própria mídia não faz de uma forma consciente, tirando alguns casos muito clássicos, né, de capas, de fotos e querendo denegrir a imagem da presidenta por essa vertente estereotipada e isso sim tem uma intenção clara, mas também tem intenções que elas são encobertas, tem uma maneira de construir esse discurso, uma maneira de é... potencializar o problema da crise no país, que não é uma crise só econômica, é uma crise política, é uma crise institucional e uma crise que a presidenta não sabe resolver. E aí, a única saída para isso, que era o discurso que foi sendo construído há muito tempo, a única saída era tirar a presidenta. Então assim, se a crise é institucional, se ela é política, se ela é econômica, será que a saída de uma pessoa, por quê que a saída de uma pessoa iria resolver esse tanto de problemas, na raiz...

[FLÁVIA SAID]

É toda uma construção de uma narrativa, né?

[GISELE PIMENTA]

Exato!

[FLÁVIA SAID]

E vocês acham que ficaram aprendizados da cobertura desse episódio histórico? Ou o que que a gente deveria aprender com essa cobertura?

[GISELE PIMENTA]

Ah, essa pergunta pra mim é pouco difícil porque não dá pra falar de aprendizado de um processo que ele foi completamente misógino, ele foi completamente... destruiu assim várias esperanças e vários sentidos que a gente tinha de que o Brasil podia construir uma história diferente de que a mídia

poderia ter outras vozes, né, outros exemplos. Vamos falar, por exemplo, da EBC Empresa Brasil de Comunicação que tem vários problemas sim, problemas estruturais, mas era algo que estava sendo consolidado e com uma experiência diferente do que já tinha sido um dia a comunicação pública no país, e aí você desqualifica e você atropela não é só a Empresa Brasil de Comunicação você atropela uma série de políticas públicas que estavam sendo desenvolvidas em favor de minorias, em favor de uma maior escolarização das pessoas, de oportunidades, e aí o que você fala assim, o que fica de aprendizado é que realmente o Brasil ainda tem muito a caminhar em relação às suas bases democráticas, às suas certezas democráticas, por exemplo, que eu não consigo fazer prognósticos. A cada dia, a cada notícia você fala “meu Deus, acho que realmente tem algo...” e eu vivo num conflito, né, até que ponto as coisas acontecem porque as pessoas planejam isso ou até que ponto as pessoas não sabem nem o que estão fazendo? Ou as pessoas não estão refletindo sobre isso, mas o caminhão está passado e a gente continua aqui sem essas perspectivas de conseguir retomar do ponto ao qual paramos.

[ELEN GERALDES]

E complementando o que a Gisele diz, a mídia é muito pouco autocrítica. Então era poderia sim apresentar, aprender com o processo se ela refletisse sobre o que ela fez. Mas ela vai refletir muito pouco, não é com ela. Tanto que, quando se questiona a mídia em qualquer aspecto, já se atribui ao nome de censura, “tão querendo mexer no meu queijo, no meu trabalho e tal”. Por outro lado, o que eu vejo é que a realidade é dinâmica, né, e nessa dinamicidade do real o que a gente observa é que essa repressão e essa opressão, elas também suscitam resistências. Então, eu acho que é muito interessante que as estudantes muitas vezes já chegam ao banco do primeiro semestre do curso de comunicação mais politizadas, mais críticas, com discurso de gênero mais forte e por isso a imensa pressão pra que as escolas sejam esvaziadas desses conteúdos e dessas temáticas, porque as escolas ameaçam. Se existe uma ameaça à mudança de poder se existe uma ameaça a um projeto conservador, ele vem das escolas, onde as pessoas começam a se perguntar e a criticar qual é o papel do homem e da mulher na sociedade e afinal o que isso impacta sobre a nossa saúde, sobre a nossa felicidade sobre a nossa capacidade de transformação social.

[GISELE PIMENTA]

E eu gostaria só de falar sobre uma questão que eu acho importante pontuar nesse debate que essa disputa de narrativas, né, eu é esse papel da mídia nessa disputa de narrativas e como a mídia, um mesmo tema que quando ela

vai falar de determinado partido por exemplo, ou de determinado grupo social é um e quando ela vai já falar de outro grupo é um outro significado. A Elen mencionou o exemplo da liberdade de expressão. A gente tá vendo em 2019 uma campanha muito forte, principalmente da Folha de São Paulo, um pouco da Globo em relação a uma defesa de liberdade de expressão, uma defesa de liberdade de imprensa, acusando veículos de censura e... só que a questão é essa, quando você mexe no que é meu, no meu poder, no meu domínio social, aí a história muda de figura, porque você excluir a Folha de uma licitação, por exemplo, é algo que pra Folha é ameaçador, mas quantos veículos não são excluídos de uma licitação? Então, até que ponto essa disputa de narrativa ela não é neutra? Exatamente isso que a gente discutiu aqui. Ela tem ideologia, tudo, ela tem ideologia, ela tem poder, ela tem disputa. Então, como um mesmo fato ele tem dois pesos e duas medidas dependendo de quem você fala, então, não é uma defesa a uma censura à Folha de São Paulo ou qualquer outro veículo. As posturas presidenciais elas são inadmissíveis nessa conjuntura, mas ainda assim, como as bandeiras são diferentes, as bandeiras assumidas pelos veículos de comunicação, agora sim isso é liberdade de expressão e isso é liberdade de imprensa. Quando é um veículo público, por exemplo, que você tenta fazer algo parecido, não, você está aparelhando esse veículo, porque você está usando ele como uma máquina de governo, né.

[FLÁVIA SAID]

Uhum, é isso. Só queria agora, só para trazer uma reflexão final, que a gente lembrasse, né. Tem um exemplo clássico, que já se tornou um clássico de capas de revista que é da “Isto É” bem ali próximo do impeachment, ela tinha uma capa com a foto da presidenta como se ela estivesse esbravejando, gritando e o título era: “as explosões nervosas da presidente” e aí tem muita gente já traçando paralelos com o caso do presidente Jair Bolsonaro que a mesma revista retratou de outra forma recentemente, falando “um leão fora de controle” com o rosto mixado com a imagem de um leão. E ao mesmo tempo na imagem da presidenta Dilma, os supostos surtos de descontrole da presidenta somente auxiliares próximos teriam presenciado. Enquanto que no caso do presidente Bolsonaro é público e notório ali, ele esbraveja em *lives* em redes sociais, enfim. Então, eu queria um pouco que a gente finalizasse, fechasse essa conversa um pouco traçando essas comparações entre os dois presidentes.

[ELEN GERALDES]

Sim, e importante pensar como a gente avalia cada um e a partir de pressupostos. Então as mulheres tende muitas vezes agir de forma estóica,

heroica, binegada, sensível, o tempo todo se preocupando com o que elas vão falar, com o que elas vão vestir, a forma como elas vão agir e aos homens essa certa espontaneidade é vista como uma coisa legal, “nossa, finalmente um político que fala o que pensa” que faz piadinha da esposa de um presidente de outro país, que diz que um presidente estadunidense é um grande amigo dele, mas a gente vai falar duro se for necessário. Esse tipo de avaliação é curioso porque essa avaliação não está só na mídia, ela está na sociedade. Porém, a mídia ao reproduzir isso, porque ela não tem esse distanciamento, porque ela não tem esse estranhamento com esses fatos, ela reforça isso no senso comum. Então a relação entre a mídia e a sociedade é uma relação que não pode ser vista como ingênua, a mídia não pode simplesmente agir dessa forma e não refletir...

[FLÁVIA SAID]

E ficar por isso!

[ELEN GERALDES]

E ficar por isso.

[GISELE PIMENTA]

E exatamente essa questão de mostrar o papel da mulher na sociedade, que essas mensagens elas acabam reafirmando, né. É um papel que quando você é uma pessoa pública, um homem tem esse papel reforçado como uma qualidade e a mulher como uma desqualificação, como a gente já conversou aqui. E a presidenta Dilma em todos os momentos discursos dela, por exemplo, que ela falava expressões trocadas ou que ela não tinha uma habilidade oratória muito desenvolvida. E aquilo virava manchete de jornal, aquilo era questionado, virava memes, né...

[FLÁVIA SAID]

Colocava em prova a própria capacidade dela, né?

[GISELE PIMENTA]

Exatamente! Questionando a capacidade dela intelectual e aí se a gente for trazer esse discurso para o presidente Jair Bolsonaro, é....

[FLÁVIA SAID]

Ser espontâneo, faz parte dele.

[ELEN GERALDES]

Valente...

[GISELE PIMENTA]

E alguns problemas, alguns problemas muito sérios de linguagem, de raciocínios muito simplificados. Não tem uma entrevista q ele não faça uma analogia a casamento, por exemplo. Pra que algo mais simplista do que isso? Então qualquer assunto de economia a sei lá, engenharia espacial ele coloca uma analogia a casamento no meio, na sua relação com os ministros, na sua relação com seus assessores e aí isso tudo é visto como natural.

[ELEN GERALDES]

Ele está tão à vontade que ele pode inclusive terceirizar. Ele diz o seguinte se lhe perguntam de economia: “não é o meu negócio, vai falar com meu ministro”. Imagine a Dilma que já era desqualificada o tempo todo...

[GISELE PIMENTA, (complementando)]

Economista por formação, né?

[ELEN GERALDES]

“...Vá falar com meu ministro”. Então, para um homem parece que ele está tranquilo, sossegado no seu local de fato.

[GISELE PIMENTA]

E é legítimo, afinal ele é um presidente, não é um economista. Pra ele é legítimo, eu fico me perguntando, se fosse uma posição contrária, seria legítimo? Para as mulheres isso se expande para outros setores, para as mulheres a todo o tempo elas têm que provar que elas conseguem, elas conseguem lidar com essas situações.

[ELEN GERALDES]

Que elas são suficientemente inteligentes, carismáticas, preparadas, além de terem outras características a serem avaliadas. O peso da presidenta foi motivo de muitas notícias e o peso do presidente ninguém sabe o que é, ninguém está interessado.

[GISELE PIMENTA]

E se fosse uma presidenta com um perfil que os homens consideram, né, um perfil de beleza...

[ELEN GERALDES]

Mais jovem... Sim...

[GISELE PIMENTA]

Seria um outro viés, um viés assim, talvez inclusive ainda mais sexista no sentido de que roupa você está usando, o que você tá valorizando, o que você quer fazer. Eu vejo, por exemplo, a deputada Thábata, ela dá relatos de mensagens que ela recebe em redes privadas que são assustadoras, de ameaças de estupro, de elogios a beleza, né. E é uma deputada jovem, uma deputada eu está começando agora sua carreira, então ela é a todo tempo questionada. Você não é valorizado por suas conquistas intelectuais e você é a todo tempo atacada por sua aparência física tanto se você atender ao estereótipo quanto se você não atender a esse estereótipo.

[FLÁVIA SAID]

É isso. Então, tá bom, muito obrigada pela participação Elen, Gisele.

[ENTRA TRILHA SONORA]

[ELEN GERALDES]

Obrigada, Flávia!

[GISELE PIMENTA]

Agradeço a oportunidade e...

[ELEN GERALDES]

Sempre um prazer tá com você e tá com a Gisele aqui.

[GISELE PIMENTA]

Obrigada!

[FLÁVIA SAID]

Esse foi o episódio piloto da série de podcasts “*Elas por Elas*”. Esse episódio teve áudios de TV Câmara, com apoio técnico de André Araújo e Glauber Oliveira e orientação do professor Elton Bruno. Eu sou Flávia Said gravando do Laboratório de Rádio da FAC – UnB. Eu agradeço pela sua escuta e espero contar com ela no próximo episódio. Até!

[ENCERRA A TRILHA SONORA]

[FIM DO EPISÓDIO]

Universidade de Brasília
Faculdade de Comunicação
Departamento de Jornalismo

APÊNDICE B

TRANSCRIÇÃO ACESSÍVEL DO *TEASER* DO PODCAST ELAS POR ELAS

Podcast Elas por Elas – com Flávia Said

Teaser	
Tema	Apresentação
Pesquisa, Roteiro e Apresentação	Flávia Said
Duração: 2:09 minutos	
Local de Gravação	Em casa
Convidadas/Entrevistadas	Não se aplica
Orientação	Prof. Dr. Elton Bruno Pinheiro

***[SOM DE TRÊS BIPES E INÍCIO DA TRILHA DE INTRODUÇÃO DO
PODCAST, QUE É SUAVE, ESTILO “LOUNGE”]***

[FLÁVIA SAID, APRESENTADORA, MULHER, JOVEM, INICIA O *TEASER*]

Olá! Seja bem-vinda, seja bem-vindo! Meu nome é Flávia Said e eu queria convidar você para ouvir o Elas por Elas, o programa sobre a participação e representatividade de mulheres na política. Esse podcast integra o meu projeto final de jornalismo pela Universidade de Brasília, a UnB.

[BREVE PAUSA. SEGUE A TRILHA SUAVE, ESTILO LOUNGE]

[FLÁVIA SAID]

A gente sabe que a representação de mulheres nos espaços de poder é bastante reduzida. Apesar das cotas de gênero para cargos do Legislativo, existem apenas 77 deputadas federais em um universo de 513 vagas. No Senado, o cenário não é mais promissor: há 13 senadoras dentre um total 81 senadores. No Executivo, foram necessários 122 anos para que uma mulher chegasse à Presidência da República. No Judiciário, em toda a história brasileira, apenas três mulheres foram indicadas para o Supremo Tribunal Federal, de um total de 168 ministros. Chocante, não? Dá pra

perceber por esses números que ainda temos um longo caminho rumo à igualdade de gênero no país. Mas será que as mulheres estão completamente alijadas da política?

***[CONTINUAÇÃO DA TRILHA POR ALGUNS SEGUNDOS.
TRILHA VAI À BG. APRESENTADORA RETOMA A FALA]***

[FLÁVIA SAID]

É o que vamos discutir nessa série. Vamos entrevistar mulheres que trabalham nos bastidores do poder, no *marketing* político, em eleições, assessorando parlamentares, atuando em movimentos da sociedade civil e pesquisando o assunto na academia. A gente vai descobrir como é a vida dessas mulheres, desvendar os principais desafios e obstáculos que enfrentam, conversar sobre como escolheram suas profissões e debater várias outras questões.

***[CONTINUAÇÃO DA TRILHA POR ALGUNS SEGUNDOS.
TRILHA VAI À BG. APRESENTADORA RETOMA A FALA]***

[FLÁVIA SAID]

Espero contar com você nessa empreitada! Muito obrigada e até os próximos episódios.

***[ENCERRA A TRILHA SONORA. VOZ COM O TÍTULO DA SÉRIE “ELAS
POR ELAS”]***

[FIM DO TEASER]

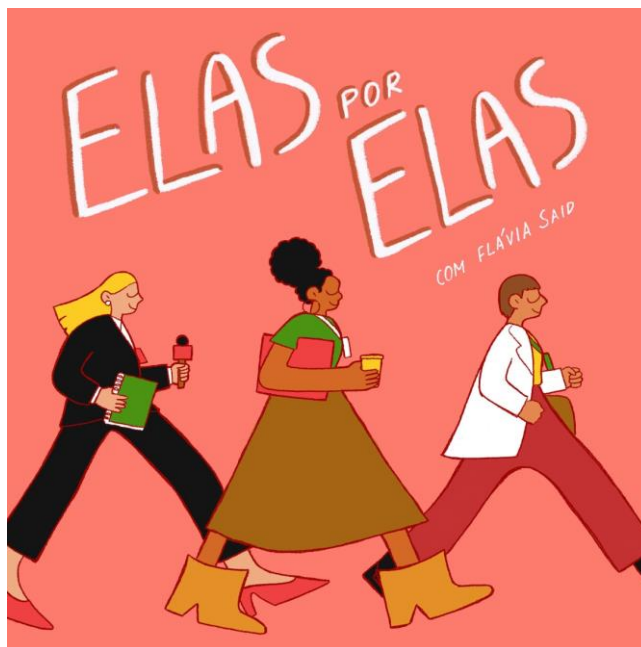


UnB Faculdade de
Comunicação

Universidade de Brasília
Faculdade de Comunicação
Departamento de Jornalismo

APÊNDICE C

IMAGEM DA CAPA DO *PODCAST* E A DESCRIÇÃO ACESSÍVEL



DESCRIÇÃO:

A imagem de capa do podcast é quadricular e colorida, com o fundo rosa claro. Na parte superior da imagem há o enunciado “Elas por Elas” ligeiramente inclinado à esquerda, em letras maiúsculas, cor branca e com sombreamento. Logo abaixo do enunciado há a frase “com Flávia Said”, em tamanho menor, mas também em maiúsculo, cor branca e ligeiramente inclinado à esquerda. O centro da imagem e a parte inferior são ocupados por três mulheres dispostas em perfil, dando um passo largo e em fila. Elas usam roupas coloridas, tem expressões serenas no rosto e as pernas e os sapatos que usam são grandes e desproporcionais ao resto do corpo.

A primeira delas, à esquerda, é branca, tem cabelo liso e amarelo, usa um pequeno brinco branco, um terno preto com detalhes em vermelho e o seu sapato é rosa claro. Ela carrega na mão direita um caderno do modelo espiral e de cor verde escura e, na mão esquerda, um microfone preto com a canopla rosa.

A mulher do centro é negra de pele escura, tem o cabelo crespo e preto amarrado em coque, usa uma argola na orelha uma blusa verde escura, uma saia em tons terrosos e sapatos amarelo escuro. Ela tem um crachá branco pendurado no pescoço, embaixo do braço direito carrega uma pasta de cor rosa e na mão direita um copo amarelo.

A mulher à direita é negra de pele clara, tem o cabelo curto e castanho. Ela usa um jaleco branco, uma blusa amarela, calça rosa escura e carrega uma bolsa marrom, de alça verde e atravessada no corpo. Seus sapatos são pretos.

**UnB**Faculdade de
Comunicação**Universidade de Brasília**

Faculdade de Comunicação

Departamento de Jornalismo

APÊNDICE D

IMAGEM DA CAPA DO EPISÓDIO PILOTO E A DESCRIÇÃO ACESSÍVEL



DESCRIÇÃO:

A imagem de capa desse episódio é quadricular e colorida, com fundo rosa claro. Na parte esquerda da imagem há duas pessoas em cor amarela e sem rosto que concedem entrevista. Na parte central e direita da imagem há um amontoado de jornalistas, também amarelos e sem rosto, que põem seus microfones na direção dos entrevistados à esquerda.

Nesse amontoado que ocupa o centro e a parte direita da imagem há uma jornalista que se destaca. Ela é negra de pele clara, tem cabelos castanhos, usa óculos de grau, uma camiseta de cor rosa bem clara e um terno azul escuro. Na mão direita, direcionada ao entrevistado à esquerda, ela segura um microfone cinza escuro com a canopla vermelha.

Na parte inferior da imagem, à esquerda e boa parte do centro, há uma caixa retangular de cor preta com o enunciado “A Cobertura Jornalística de Mulheres na Política” em cor branca e com tipografia de serifas marcadas.



UnB Faculdade de Comunicação

Universidade de Brasília
Faculdade de Comunicação
Departamento de Jornalismo

APÊNDICE E

INTERFACE DO *PODCAST* “ELAS POR ELAS” NO SITE DO LABORATÓRIO DE ÁUDIO DA FAC/UnB

The screenshot displays the website interface for 'LabAudio | FAC'. At the top, there is a navigation bar with the university's name and a menu icon. Below this, a search bar and social media links are visible. The main content area features a large banner for the podcast 'Elas por Elas', which is described as a pilot episode of a series about women in politics. The banner includes a stylized illustration of women in a crowd. Below the banner, there is a section titled 'Episódio 01 - A Cobertura Jornalística de Mulheres na Política'. This section contains a 'GALERIA - EPISÓDIO 01' with a thumbnail image of a woman speaking at a podium. To the right of the gallery, there is a detailed description of the podcast, its goals, and its production team. Below the description, there is a 'Ficha Técnica' (Technical Sheet) box listing the reporter, orientation, and audio technicians. A video player is embedded in the center, showing a preview of the podcast episode. At the bottom, there is a large, colorful illustration of three women walking, with the text 'ELAS POR ELAS' and 'com Flávia Sald' above them. A small caption below the illustration reads: 'A imagem de capa do podcast é quadrangular e colorida, com o fundo rosa claro. Na parte superior da imagem há o enunciado "Elas por Elas" ligeiramente inclinado à esquerda, em letras maiúsculas, cor branca e com sobrealinhamento. Logo abaixo do enunciado há a frase "com Flávia Sald", em tamanho menor, mas também em maiúscula, cor branca e ligeiramente inclinado à esquerda. O centro da imagem e a parte inferior são ocupados por três mulheres dispostas em perfil, dando um passo largo e em fila. Elas usam roupas coloridas, têm expressões serenas no rosto e as pernas e os sapatos que usam são grandes e desproporcionais ao resto do corpo.'

Disponível em: http://labaudio.unb.br/index.php?option=com_content&view=article&id=225&Itemid=980.



UnB Faculdade de Comunicação

Universidade de Brasília
Faculdade de Comunicação
Departamento de Jornalismo

APÊNDICE F

INTERFACE DO PODCAST “ELAS POR ELAS” NA PLATAFORMA DE STREAMING SPOTIFY



Disponível em: <https://open.spotify.com/show/0EI6hLWzAjBkU5OoxfEX3j>

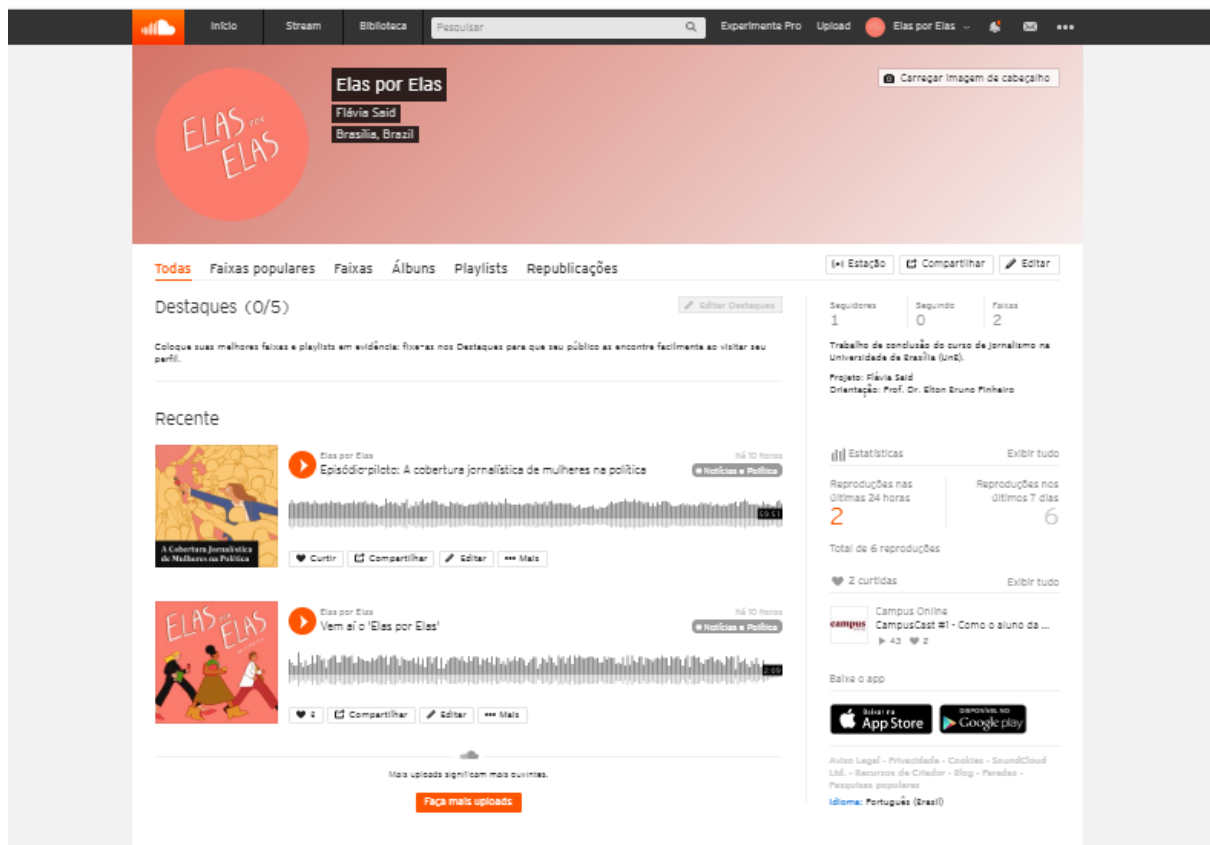


UnB Faculdade de Comunicação

Universidade de Brasília
Faculdade de Comunicação
Departamento de Jornalismo

APÊNDICE G

INTERFACE DO PODCAST “ELAS POR ELAS” NA PLATAFORMA DE STREAMING SOUNDCLOUD



Disponível em: <https://soundcloud.com/flavia-said>

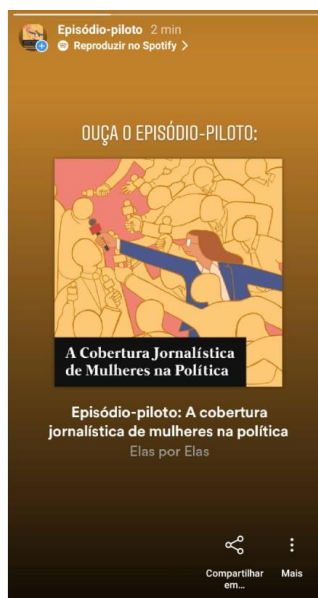
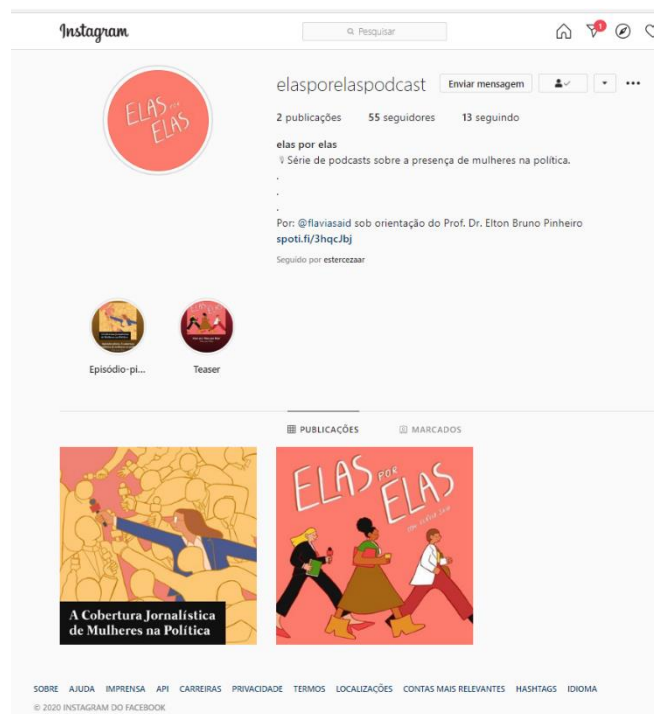


UnB Faculdade de Comunicação

Universidade de Brasília
Faculdade de Comunicação
Departamento de Jornalismo

APÊNDICE H

INTERFACE DO *PODCAST* “ELAS POR ELAS” NA REDE DE COMUNICAÇÃO ONLINE *INSTAGRAM*



Disponível em: <https://www.instagram.com/elasporelaspodcast/?hl=pt-br>

APÊNDICE I

MODELO DE PAUTA – EPISÓDIO PILOTO

Tema: Como a mídia representa mulheres na política?

Contextualização: Em sociedades democráticas, a mídia desempenha papel fundamental ao, mais do que noticiar “*hard news*”, influenciar discursos e contribuir para o debate. Sendo o jornalismo um serviço público, há responsabilidades imbuídas na profissão que não podem ser desprezadas. Pensar como a mídia brasileira desenvolve sua função em uma base diária é importante para gerar reflexão crítica e calibrar coberturas. Duas questões essenciais merecem ser pontuadas nesse debate: a cultura brasileira machista e a política como atividade historicamente masculinizada.

Questões norteadoras da conversa/entrevista:

- Pesquisa de 2019 realizada pelo portal Comunique-se²⁸, com base em uma plataforma de comunicação corporativa desenvolvida pelo portal com 42.332 profissionais, mostrou que 15.654 mulheres jornalistas estão empregadas em veículos de comunicação. Apesar de alto, o número representa apenas 36,98% do mercado da imprensa no país, visto que 26.678 jornalistas do sexo masculino estão na mesma situação.
 - Segundo a pesquisa, a TV é a única em que representantes do time feminino compõem mais da metade dos campos disponíveis de trabalho, enquanto o rádio é o meio que emprega menos mulheres
 - Entre canais abertos e pagos são 4.040 mulheres jornalistas empregadas, contra 4.007 homens — fechando a conta em 50,21%
 - Em emissoras radiofônicas espalhadas país afora, o resultado é totalmente diferente. São 11.182 homens trabalhando, enquanto há apenas 2.284 comunicadoras (20,5% do total)
- Como esse perfil se reflete na cobertura? Falta diversidade de gênero ao jornalismo brasileiro? Como a questão do gênero influencia os processos de apuração, produção e edição?

²⁸ Pesquisa disponível em: <<https://portal.comunique-se.com.br/mulheres-jornalistas-minoria/>>.

- A mídia trata mulheres e homens com o mesmo grau de deferência e respeito em função dos cargos que ocupam?
- Entre avanços e entraves, pode-se dizer que a cobertura brasileira de políticas mulheres melhorou nos últimos anos, ainda que de forma insuficiente? Se sim, essa melhora ocorreu por iniciativa própria ou por provocação da sociedade civil e de movimentos feministas?
- Alguns exemplos de como a mídia representa mulheres está presente no vocabulário e na linguagem utilizados. Não só a língua portuguesa privilegia o masculino genérico como também existe, em manuais de redação de diversos jornais, uma recusa em utilizar termos como “presidenta” e uma insistência no uso de substantivos como “mulher” ao invés de “esposa”. Vocês consideram que a linguagem faz parte do problema? Como contornar o sexismo gramatical?
- O caso mais emblemático de misoginia na história recente do jornalismo brasileiro é o da ex-presidente Dilma Rousseff.
 - No livro *Mídia, misoginia e golpe* (2016) são realizadas diversas entrevistas com acadêmicas e políticas que apontam que a mídia teve um papel fundamental e ativo no processo. De que forma ela influenciou a opinião pública e os próprios julgadores?
 - É possível identificar qual foi a parcela de responsabilidade da mídia na arquitetura do *impeachment*?
 - Quais foram os principais erros na cobertura do processo?
 - Que aprendizados ficaram da cobertura desse episódio histórico?

ANEXO

Jornalistas Empregados no Brasil			% de Mulheres
<i>Geral</i>	<i>Homem</i>	<i>Mulher</i>	36,98
42.332	26.678	15.654	

Empresários de Comunicação			
<i>Geral</i>	<i>Homem</i>	<i>Mulher</i>	25,00
860	645	215	
Executivas de Veículos de Comunicação			
<i>Geral</i>	<i>Homem</i>	<i>Mulher</i>	32,18
6.954	4.716	2.238	
Revista			
<i>Geral</i>	<i>Homem</i>	<i>Mulher</i>	48,46

3.366	1.735	1.631	
Jornal			
<i>Geral</i>	<i>Homem</i>	<i>Mulher</i>	38,58
8.079	4.962	3.117	
Televisão			
<i>Geral</i>	<i>Homem</i>	<i>Mulher</i>	50,21
8.047	4.007	4.040	
Rádio			

<i>Geral</i>	<i>Homem</i>	<i>Mulher</i>	20,50
14.066	11.182	2.884	
Internet (sites e blogs)			
<i>Geral</i>	<i>Homem</i>	<i>Mulher</i>	42,46
9.040	5.202	3.838	
Agências de Notícias			
<i>Geral</i>	<i>Homem</i>	<i>Mulher</i>	47,67
579	303	276	

Universidade de Brasília
Faculdade de Comunicação
Departamento de Jornalismo

APÊNDICE J

ROTEIRO – EPISÓDIO PILOTO

Episódio PILOTO – A cobertura jornalística de mulheres na política

INTRODUÇÃO

APRESENTADORA: OLÁ, SEJA BEM-VINDA, SEJA BEM-VINDO! EU SOU FLÁVIA SAID E ESSE É O EPISÓDIO-PILOTO DA SÉRIE DE PODCASTS “ELAS POR ELAS”, PROJETO QUE VISA A DEBATER AS QUESTÕES QUE ENVOLVEM A PRESENÇA DE MULHERES NA POLÍTICA. AO LONGO DOS PRÓXIMOS PROGRAMAS, VAMOS TRAZER MULHERES QUE, DE ALGUMA FORMA, TRABALHAM COM POLÍTICA. FALAREMOS SOBRE AS QUESTÕES DE GÊNERO COM QUEM ATUA NAS ESFERAS REPRESENTATIVAS, EM ESPAÇOS DE PARTICIPAÇÃO DIRETA E NOS BASTIDORES.

ESTE EPISÓDIO CONSTITUI UMA PARTE DO MEU PROJETO FINAL PARA OBTENÇÃO DO DIPLOMA DE JORNALISTA PELA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA (UNB).

HOJE NÓS VAMOS DEBATER COMO A MÍDIA REPRESENTA MULHERES NA POLÍTICA COM DUAS JORNALISTAS CONVIDADAS: ELEN GERALDES E GISELE PIMENTA.

FIQUE COM A GENTE!

VINHETA

APRESENTADORA: EXISTE UMA TEORIA DA COMUNICAÇÃO QUE DIZ QUE O JORNALISMO É O ESPELHO DA SOCIEDADE. SEGUNDO ELA, AS NOTÍCIAS NADA MAIS FARIAM QUE REFLETIR A REALIDADE TAL COMO ELA É. AINDA QUE SEJA UMA TEORIA CONTROVERSA, CRITICADA PELO FOCO EXCESSIVO NA OBJETIVIDADE E NA IMPARCIALIDADE, VALE AVALIAR COMO A MÍDIA REPRESENTA MULHERES POLÍTICAS. AINDA QUE A IMPRENSA NÃO FAÇA UM REFLEXO EXATO E DESINTERESSADO DA REALIDADE SOCIAL, A FORMA COMO A MÍDIA REPRESENTA OS ATORES POLÍTICOS DIZ MUITO SOBRE COMO A SOCIEDADE, NO GERAL, OS ENXERGA.

PARA NOS AJUDAR A DESVENDAR A COBERTURA POLÍTICA BRASILEIRA, CHAMAMOS PARA A CONVERSA AS JORNALISTAS ELEN GERALDES E GISELE PIMENTA. A ELEN É PROFESSORA DO CURSO DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL DA FACULDADE DE COMUNICAÇÃO DA UNB. É MESTRE EM COMUNICAÇÃO PELA

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO, DOUTORA EM SOCIOLOGIA PELA UNB E PÓS-DOUTORA EM CIÊNCIAS DA INFORMAÇÃO PELA MESMA INSTITUIÇÃO. SEJA-BEM VINDA, ELEN.

CONVIDADA 1 – (...)

APRESENTADORA: TAMBÉM AQUI CONOSCO NO ESTÚDIO A JORNALISTA GISELE PIMENTA, DOUTORANDA NO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO PELA UNB E MESTRE PELA MESMA INSTITUIÇÃO. ELA É ESPECIALISTA EM ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO E MARKETING PELA UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS, ONDE SE GRADUOU. SERVIDORA PÚBLICA, GISELE TRABALHOU NA EMPRESA BRASIL DE COMUNICAÇÃO (EBC), ONDE FOI EDITORA DO PROGRAMA VOZ DO BRASIL. BEM-VINDA, GISELE.

CONVIDADA 2 – (...)

PARTE 1

APRESENTADORA: NÃO TEM COMO FALAR DA COBERTURA DA MÍDIA SEM SABER QUEM A CONSTITUI. PESQUISA RECENTE DE 2019 REALIZADA PELO PORTAL COMUNIQUE-SE, COM BASE EM UMA PLATAFORMA DE COMUNICAÇÃO CORPORATIVA (COM 42.332 PROFISSIONAIS), MOSTROU QUE 15.654 MULHERES JORNALISTAS ESTÃO EMPREGADAS EM VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO. APESAR DE ALTO – NA CASA DOS MILHARES -, O NÚMERO REPRESENTA APENAS 36,98% DO MERCADO DA IMPRENSA NO PAÍS, VISTO QUE 26.678 JORNALISTAS DO SEXO MASCULINO ESTÃO NA MESMA SITUAÇÃO. SEGUNDO A PESQUISA, A TV É A ÚNICA EM QUE REPRESENTANTES DO TIME FEMININO COMPÕEM MAIS DA METADE DOS CAMPOS DISPONÍVEIS DE TRABALHO, ENQUANTO O RÁDIO É O MEIO QUE EMPREGA MENOS MULHERES.

GOSTARIA DE SABER DAS DUAS CONVIDADAS SE VOCÊS PERCEBEM OU PERCEBERAM DENTRO DAS REDAÇÕES E ASSESSORIAS (EM QUE TRABALHAM) ESSA DESIGUALDADE E COMO FOI LIDAR COM ELA NO DIA A DIA.

CONVIDADAS: (...)

OUTRAS QUESTÕES:

- VOCÊS ACREDITAM QUE FALTA DIVERSIDADE DE GÊNERO AO JORNALISMO BRASILEIRO? QUE PREJUÍZOS ESSA DESIGUALDADE IMPLICA?
- COMO ESSA QUESTÃO INFLUENCIA OS PROCESSOS DE APURAÇÃO, PRODUÇÃO, MONTAGEM E EDIÇÃO?

PARTE 2

APRESENTADORA: AGORA PARA NORTEAR A SEGUNDA PARTE DA CONVERSA, VAMOS OUVIR UM ÁUDIO QUE ILUSTRA UM POUCO COMO AS PESSOAS PERCEBEM A REPRESENTAÇÃO QUE A MÍDIA FAZ DE MULHERES NA POLÍTICA.

CLIQUE 1 – FALA POVO

APRESENTADORA: VOCÊS CONCORDAM COM ESSA AVALIAÇÃO QUE A MÍDIA REPRESENTA MULHERES NA POLÍTICA EM GERAL DE MANEIRA PEJORATIVA?

CONVIDADAS: (...)

OUTRAS QUESTÕES:

- ENTRE AVANÇOS E ENTRAVES, PODE-SE DIZER QUE A COBERTURA BRASILEIRA DE POLÍTICAS MULHERES MELHOROU NOS ÚLTIMOS ANOS, AINDA QUE DE FORMA INSUFICIENTE? SE SIM, ESSA MELHORA OCORREU POR INICIATIVA PRÓPRIA – ISTO É, DAS PRÓPRIAS REDAÇÕES/VEÍCULOS, OU POR PROVOCAÇÃO DA SOCIEDADE CIVIL E DE MOVIMENTOS FEMINISTAS?
- ALGUNS EXEMPLOS DE COMO A MÍDIA REPRESENTA MULHERES ESTÁ PRESENTE NO VOCABULÁRIO E NA LINGUAGEM UTILIZADOS. NÃO SÓ A LÍNGUA PORTUGUESA PRIVILEGIA O MASCULINO GENÉRICO COMO TAMBÉM EXISTE, EM MANUAIS DE REDAÇÃO DE DIVERSOS JORNAIS, UMA RECUSA EM UTILIZAR TERMOS COMO “PRESIDENTA” E UMA INSISTÊNCIA NO USO DE SUBSTANTIVOS COMO “MULHER” AO INVÉS DE “ESPOSA”. VOCÊS CONSIDERAM QUE A LINGUAGEM FAZ PARTE DO PROBLEMA? COMO CONTORNAR O SEXISMO GRAMATICAL DO PORTUGUÊS/DA LÍNGUA PORTUGUESA?

PARTE 3

APRESENTADORA: AGORA CHEGAMOS AO CASO DA EX-PRESIDENTA DILMA ROUSSEFF, QUE É CITADO POR MUITAS COMO O MAIS EMBLEMÁTICO EXEMPLO DE MISOGINIA NA COBERTURA RECENTE DO JORNALISMO BRASILEIRO, INDEPENDENTE DO JUÍZO SOBRE SE FOI GOLPE OU NÃO. A EX-PRESIDENTA FOI VÍTIMA DA CHAMADA “VIOLÊNCIA POLÍTICA DE GÊNERO”, QUE, EM ÚLTIMA INSTÂNCIA, VISA AFASTAR MULHERES DO EXERCÍCIO POLÍTICO. NA VOTAÇÃO PARA ABERTURA DO PROCESSO, NO PLENÁRIO DA CÂMARA, A MISOGINIA NO AMBIENTE POLÍTICO – NÃO SÓ CONTRA DILMA – FICOU ESCANCARADA.

CLIQUE 2 – VOTOS PELO IMPEACHMENT DE DILMA ROUSSEFF

APRESENTADORA: NO LIVRO *MISOGINIA, MÍDIA E GOLPE*, ORGANIZADO PELA PROFESSORA ELEN, SÃO REALIZADAS DIVERSAS ENTREVISTAS COM ACADÊMICAS E POLÍTICAS QUE APONTAM QUE A MÍDIA TEVE UM PAPEL FUNDAMENTAL E ATIVO NO PROCESSO. DE QUE FORMA ELA INFLUENCIOU A OPINIÃO PÚBLICA E OS PRÓPRIOS JULGADORES?

CONVIDADAS: (...)

OUTRAS QUESTÕES:

- É POSSÍVEL IDENTIFICAR QUAL FOI A PARCELA DE RESPONSABILIDADE DA MÍDIA NA ARQUITETURA DO IMPEACHMENT?
- QUAIS FORAM OS PRINCIPAIS ERROS NA COBERTURA DO PROCESSO?
- QUE APRENDIZADOS FICARAM DA COBERTURA DESSE EPISÓDIO HISTÓRICO?

- PARA FINALIZAR: QUE PARALELOS PODEM SER TRAÇADOS ENTRE A COBERTURA DA POSTURA DE DILMA E A DO ATUAL PRESIDENTE JAIR BOLSONARO? (EXEMPLO DA CAPA DA REVISTA ISTO É “AS EXPLOSÕES NERVOSAS DA PRESIDENTE”, QUE FALA SOBRE SUPOSTOS SURTOS DE DESCONTROLE, QUE SOMENTE AUXILIARES PRÓXIMOS TERIAM PRESENCIADO. JÁ NO CASO DO ATUAL PRESIDENTE, ESSES ARROUBOS AUTORITÁRIOS SÃO COTIDIANOS E PÚBLICOS. AINDA ASSIM, A MÍDIA TENDE A SER LENIENTE COM SUA AGRESSIVIDADE.)

APRESENTADORA: (SE COUBER, FAZER UMA CONCLUSÃO DA CONVERSA) OBRIGADA PELA PARTICIPAÇÃO, ELEN E GISELE.

CONVIDADAS SE DESPEDEM

APRESENTADORA: ESTE FOI O PILOTO DA SÉRIE DE *PODCASTS* “ELAS POR ELAS”. ESTE EPISÓDIO TEVE ÁUDIOS DA TV CÂMARA. COM APOIO TÉCNICO DE ANDRÉ ARAÚJO E GLAUBER OLIVEIRA E ORIENTAÇÃO DO PROFESSOR ELTON BRUNO, EU SOU FLÁVIA SAID, GRAVANDO DO LABORATÓRIO DE RÁDIO DA FAC/UNB.

EU AGRADEÇO PELA SUA ESCUTA E ESPERO PODER CONTAR COM ELA NO PRÓXIMO EPISÓDIO. ATÉ!

VINHETA

Universidade de Brasília
Faculdade de Comunicação
Departamento de Jornalismo

APÊNDICE K

ROTEIRO – EPISÓDIO 1

Episódio #1 – A baixa representatividade de mulheres em cargos eletivos

INTRODUÇÃO

APRESENTADORA: OLÁ, SEJA BEM-VINDA, SEJA BEM-VINDO! EU SOU FLÁVIA SAID E ESSE É O PRIMEIRO EPISÓDIO DA SÉRIE DE *PODCASTS* “ELAS POR ELAS”, PROJETO QUE PRETENDE DEBATER AS QUESTÕES QUE ENVOLVEM A PARTICIPAÇÃO E A REPRESENTATIVIDADE DE MULHERES NA POLÍTICA.

SE VOCÊ AINDA NÃO CONHECE O PROJETO, EU SUGIRO QUE OUÇA NOSSO *TEASER* DE APRESENTAÇÃO E O EPISÓDIO-PILOTO, DISPONÍVEIS NA PLATAFORMA DE ÁUDIO EM QUE VOCÊ ESTIVER NOS ESCUTANDO.

AGORA, SE VOCÊ PREFERIR SEGUIR COM A GENTE NESTE EPISÓDIO, EU QUERO APRESENTAR BREVEMENTE O QUE FAZEMOS AQUI. A IDEIA É DISCUTIR TUDO AQUILO QUE TANGENCIA A PRESENÇA DE MULHERES NA POLÍTICA. PARA ISSO, VAMOS ENTREVISTAR MULHERES QUE TRABALHAM COM POLÍTICA EM SUAS VARIADAS EXPRESSÕES. FALAREMOS SOBRE AS QUESTÕES DE GÊNERO COM QUEM ATUA NAS ESFERAS REPRESENTATIVAS, EM ESPAÇOS DE PARTICIPAÇÃO DIRETA E NOS BASTIDORES. CONHECE ALGUMA MULHER NA POLÍTICA DISPOSTA A FALAR SOBRE O ASSUNTO? MANDA PRA GENTE! ESTAMOS NO INSTAGRAM NO @ELASPORELASPODCAST.

FIQUE COM A GENTE!

VINHETA

APRESENTADORA: AGORA VAMOS AO QUE INTERESSA: NESSE EPISÓDIO DE ESTREIA, A GENTE VAI PARTIR DOS NÚMEROS E DADOS QUE REVELAM A BAIXA REPRESENTAÇÃO E REPRESENTATIVIDADE DE MULHERES NA POLÍTICA. DEPOIS DISSO, VAMOS CONHECER AS EXPERIÊNCIAS DE DUAS PARLAMENTARES ELEITAS: A DEPUTADA TALÍRIA PETRONE/ÁUREA CAROLINA E A SENADORA SIMONE TEBET/KÁTIA ABREU²⁹.

²⁹ Cabe lembrar que a ideia de listar uma dupla de deputadas e senadoras se deve às incertezas sobre as agendas das parlamentares e à possibilidade de participarem do episódio.

PARA APRESENTAR OS DADOS, VAMOS OUVIR UM PEQUENO CLIPE_____.

CLIQUE – DADOS SOBRE MULHERES EM CARGOS DE PODER NO BRASIL E EVENTUAIS COMPARAÇÕES COM OUTROS PAÍSES³⁰

APRESENTADORA: BOM, COM ESSES DADOS EM MENTE, VAMOS COMEÇAR NOSSA CONVERSA. O EPISÓDIO DE HOJE É DIVIDIDO EM DUAS PARTES: NA PRIMEIRA, A ENTREVISTA É COM A DEPUTADA_____. NA SEGUNDA, CONVERSAMOS COM A SENADORA_____. VAMOS LÁ?

VINHETA

PARTE 1

APRESENTADORA: ENTÃO PARA COMEÇAR, ESTÁ AQUI COM A GENTE A DEPUTADA _____ DO **INSERIR PARTIDO DA INSERIR UNIDADE DA FEDERAÇÃO**. BREVE DESCRIÇÃO DO CURRÍCULO E DA TRAJETÓRIA POLÍTICA DA CONVIDADA. OLÁ, DEPUTADA, OBRIGADA PELA PRESENÇA, COMO VAI?

DEPUTADA – (...)

APRESENTADORA: OBRIGADA, BEM-VINDA! DEPUTADA, GOSTARIA DE INICIAR NOSSA CONVERSA FALANDO SOBRE SUA TRAJETÓRIA PROFISSIONAL E SUA CHEGADA NA POLÍTICA INSTITUCIONAL, ESSA FORMAL À QUAL SE ACESSA ATRAVÉS DE ELEIÇÕES. O QUE LEVOU A SENHORA A COLOCAR A CARA A TAPA E SE CANDIDATAR? QUAIS FORAM AS PRINCIPAIS DIFICULDADES QUE ENCONTROU NESSE PERCURSO? QUE DICAS DARIA PARA OUTRAS MULHERES INTERESSADAS NA VIDA POLÍTICA? **(A DEPENDER DO RUMO DA CONVERSA, ESSA SÉRIE INICIAL DE PERGUNTAS PODE SER DESDOBRADA)**

DEPUTADA – (...)

APRESENTADORA: DEPUTADA, A SENHORA FAZ PARTE DE UMA CASA LEGISLATIVA NA QUAL O NÚMERO DE MULHERES AINDA É MUITO DIMINUTO. COMO SE SENTE SENDO PARTE DE UMA MINORIA NA CÂMARA?

DEPUTADA: (...)

APRESENTADORA: ALÉM DA QUESTÃO NUMÉRICA, A QUALIDADE DA REPRESENTAÇÃO DE MULHERES TAMBÉM É RUIM, É QUE A GENTE CHAMA DE REPRESENTATIVIDADE. MUITAS DAS ELEITAS SÃO FILHAS E ESPOSAS DE POLÍTICOS CONHECIDOS, DA DITA “POLÍTICA TRADICIONAL”. TAMBÉM CONVIVEMOS COM O CHAMADO “ESTEREÓTIPO POLÍTICO DE GÊNERO”, SEGUNDO O QUAL

³⁰ Para esse clipe, serão utilizados dados apresentados no início deste trabalho e pesquisas adicionais sobre gênero e política em outras democracias do mundo. Para quebrar a monotonia de um único timbre de voz, será escolhida uma apoiadora do projeto para gravação do clipe, com suporte da apresentadora.

HOMENS E MULHERES TÊM EXPERTISES EM ÁREAS DIFERENTES. NO CASO DAS MULHERES, A APTIDÃO SERIA PARA TEMAS SOCIAIS, COMO SAÚDE, EDUCAÇÃO, INFÂNCIA E VELHICE, DIREITOS HUMANOS... NO CASO DOS HOMENS, HAVERIA UM PENDOR PARA TEMAS MAIS ÁRIDOS, COMO ECONOMIA, POLÍTICA EXTERNA E DEFESA NACIONAL. O QUE A SENHORA ACHA DESSES ESTEREÓTIPOS? DE QUE FORMA ELES PREJUDICAM SUA ATUAÇÃO NO DIA A DIA DA CÂMARA?

DEPUTADA: (...)

OUTRAS QUESTÕES:

- A SENHORA JÁ SOFREU ALGUM PRECONCEITO DENTRO DO PARLAMENTO PELO SIMPLES FATO DE SER MULHER? TEM ALGUM EXEMPLO MARCANTE QUE QUEIRA COMPARTILHAR?
- A SENHORA SE CONSIDERA FEMINISTA? POR QUÊ?
- COMO A SENHORA AVALIA A POLÍTICA DE COTAS DE GÊNERO PARA CARGOS PROPORCIONAIS? ACREDITA QUE ELA É EFICAZ? TROUXE RESULTADOS? QUE APRIMORAMENTOS PODEM SER FEITOS?
- POR QUE É IMPORTANTE QUE MAIS MULHERES PARTICIPEM DA POLÍTICA? COMO INCENTIVAR ESSA PARTICIPAÇÃO?
- SE A ENTREVISTA FOR NEGRA, ENTRAR NA QUESTÃO RACIAL A PARTIR DE UMA ESCUTA ATIVA, QUESTIONANDO POR QUE É MAIS DIFÍCIL PARA UMA MULHER NEGRA FAZER POLÍTICA DO QUE PARA UMA MULHER BRANCA.

APRESENTADORA: NOSSO PAPO COM A DEPUTADA SE ENCERRA POR AQUI. MUITO OBRIGADA PELA SUA PARTICIPAÇÃO E POR COMPARTILHAR CONOSCO SUAS IMPRESSÕES, DEPUTADA!

DEPUTADA: AGRADECE E SE DESPEDE.

PARTE 2

APRESENTADORA: SEGUIMOS AGORA COM A SENADORA _____, DO **INSERIR PARTIDO DA INSERIR UNIDADE DA FEDERAÇÃO**. APRESENTAR UM BREVE CURRÍCULO DA SENADORA. BEM-VINDA AO “ELAS POR ELAS”, SENADORA. COMO VAI?

SENADORA: (...)

APRESENTADORA: SUA PRESENÇA MUITO NOS HONRA, SENADORA. VOU COMEÇAR NOSSA ENTREVISTA COM A MESMA PERGUNTA QUE FIZ À DEPUTADA _____: O QUE A LEVOU À POLÍTICA INSTITUCIONAL? PODERIA NOS CONTAR UM POUCO DOS PERCALÇOS NA SUA TRAJETÓRIA E QUAIS FORAM OS PRINCIPAIS OBSTÁCULOS QUE ENCONTROU? SE PERCURSO? QUE DICAS DARIA PARA OUTRAS MULHERES INTERESSADAS NA VIDA POLÍTICA? (A DEPENDER DO RUMO DA CONVERSA, ESSA SÉRIE INICIAL DE PERGUNTAS PODE SER DESDOBRADA)

SENADORA: (...)

APRESENTADORA: O SENADO É UMA CASA DE POLÍTICOS SENIORES, COM MAIS EXPERIÊNCIA. FAZ APENAS 40 ANOS QUE A PRIMEIRA MULHER ROMPEU A EXCLUSIVIDADE MASCULINA NO SENADO: FOI EUNICE MICHELIS (PRONUNCIA-SE MIQUILES). EUNICE CONFESSOU QUE SE SENTIA INIBIDA A TANTOS HOMENS. SUA HISTÓRIA É MUITO INTERESSANTE E ESTÁ DISPONÍVEL DO PORTAL DO SENADO³¹. AGORA, UMA CURIOSIDADE É QUE APENAS EM 2016, EU REPITO: 2016, UM BANHEIRO FEMININO FOI INSTALADO NO PLENÁRIO DO SENADO. ISSO ACONTECEU, PORTANTO, 55 ANOS DEPOIS DA INAUGURAÇÃO DO CONGRESSO NACIONAL EM BRASÍLIA E É BASTANTE SIMBÓLICO. TENDO EM VISTA ESSE PANO DE FUNDO, GOSTARIA DE SABER COMO A SENHORA PERCEBE A DESIGUALDADE DE GÊNERO NA CASA E QUAIS SÃO OS PRINCIPAIS OBSTÁCULOS QUE OBSERVA.

SENADORA: (...)

OUTRAS QUESTÕES:

- A SENHORA SE CONSIDERA FEMINISTA? POR QUÊ?
- COMO A SENHORA AVALIA A POLÍTICA DE COTAS DE GÊNERO PARA CARGOS PROPORCIONAIS? ACREDITA QUE ELA É EFICAZ? TROUXE RESULTADOS? QUE APRIMORAMENTOS PODEM SER FEITOS?
- POR QUE É IMPORTANTE QUE MAIS MULHERES PARTICIPEM DA POLÍTICA? COMO INCENTIVAR ESSA PARTICIPAÇÃO?
- SE A ENTREVISTA FOR NEGRA, ENTRAR NA QUESTÃO RACIAL A PARTIR DE UMA ESCUTA ATIVA.

SENADORA: AGRADECE E SE DESPEDE.

VINHETA

APRESENTADORA: POR HOJE É SÓ, PESSOAL! SE VOCÊ GOSTOU DO EPISÓDIO, ASSINE PARA RECEBER ALERTAS QUANDO PUBLICARMOS O PRÓXIMO EPISÓDIO, DAQUI A QUINZE DIAS. E SEGUIR A GENTE NO INSTAGRAM: @ELASPORELASPODCAST. TEM ALGUMA CRÍTICA, DÚVIDA OU SUGESTÃO? ESTAMOS ABERTAS PARA OUVIR, ESCRIVE PRA GENTE!

AGORA EU ME DESPEÇO DE VOCÊS. COM APOIO TÉCNICO DE ANDRÉ ARAÚJO E GLAUBER OLIVEIRA E ORIENTAÇÃO DO PROFESSOR ELTON BRUNO, EU SOU FLÁVIA SAID, GRAVANDO DO LABORATÓRIO DE RÁDIO DA FAC/UNB.

VINHETA

³¹ Disponibilizar o link no site.



UnB

Faculdade de
Comunicação

Universidade de Brasília
Faculdade de Comunicação
Departamento de Jornalismo

APÊNDICE L

ROTEIRO – EPISÓDIO 2

Episódio #2 – Mulheres nos bastidores da política

INTRODUÇÃO

APRESENTADORA: OLÁ, SEJA BEM-VINDA, SEJA BEM-VINDO! EU SOU FLÁVIA SAID E ESSE É O PRIMEIRO EPISÓDIO DA SÉRIE DE *PODCASTS* “ELAS POR ELAS”, PROJETO QUE VISA DEBATER AS QUESTÕES QUE ENVOLVEM A PARTICIPAÇÃO E A REPRESENTATIVIDADE DE MULHERES NA POLÍTICA.

NO EPISÓDIO DE ESTREIA, CONVERSAMOS COM DUAS PARLAMENTARES SOBRE A BAIXA REPRESENTAÇÃO DE MULHERES NO PARLAMENTO, AS EXPERIÊNCIAS INDIVIDUAIS DE CADA UMA E OS OBSTÁCULOS À PRESENÇA DE MAIS MULHERES NA POLÍTICA. O EPISÓDIO ESTÁ DISPONÍVEL NA SUA PLATAFORMA PREFERIDA DE ÁUDIO E TAMBÉM NO SITE LABAUDIO/UNB.

JÁ DEBATEMOS BASTANTE OS FRUSTRANTES DADOS DE MULHERES EM CARGOS DE PODER. HOJE, VAMOS CONVERSAR COM MULHERES QUE, MESMO SEM TER CARGOS ELETIVOS, FAZEM POLÍTICA DE FORMA MENOS TRADICIONAL. AS ENTREVISTADAS DE HOJE SÃO: [MARQUETEIRA POLÍTICA](#) E [LOBISTA](#) OU [ASSESSORA OU CHEFE DE GABINETE DE ALGUM PARLAMENTAR](#).

FIQUE COM A GENTE!

VINHETA

APRESENTADORA: VAMOS CONVERSAR HOJE COM AS DUAS CONVIDADAS NA MESMA MESA. ELAS ESTÃO COMIGO AQUI NO ESTÚDIO E VAMOS COMEÇAR PELAS APRESENTAÇÕES. COMO AS CARREIRAS DE VOCÊS NÃO SÃO PÚBLICAS, GOSTARIA DE DAR O ESPAÇO PARA QUE VOCÊS MESMAS SE APRESENTEM. PODEMOS COMEÇAR PELA CONVIDADA 1, BEM VINDA...

CONVIDADA 1: SE APRESENTA.

CONVIDADA 2: SE APRESENTA.

APRESENTADORA: MUITO BEM, VAMOS ENTÃO COMEÇAR NOSSA CONVERSA DE FATO. EU GOSTARIA DE SABER DA MARQUETEIRA POLÍTICA COMO É TRABALHAR NA COMUNICAÇÃO POLÍTICA. QUERIA TAMBÉM PERGUNTAR SE É UMA ÁREA MAIS MASCULINA E QUAIS SÃO OS PRINCIPAIS DESAFIOS QUE VOCÊ ENFRENTA NA SUA PROFISSÃO NA CONDIÇÃO DE MULHER.

CONVIDADA 1: (...)

APRESENTADORA: BOM, E AGORA PRA LOBISTA/ASSESSORA PARLAMENTAR, EU QUERIA QUE VOCÊ CONTASSE PRAS OUVINTES COMO É CIRCULAR PELAS CASAS LEGISLATIVAS ASSESSORANDO UM(A) PARLAMENTAR.

CONVIDADA 2: (...)

OUTRAS QUESTÕES:

- A ATUAÇÃO DE BASTIDOR ENCONTRA MENOS RESISTÊNCIAS QUE A AÇÃO NO FRONT?
- O AMBIENTE POLÍTICO AINDA É MUITO MASCULINO. COMO ISSO REFLETE NO SEU TRABALHO?
- VOCÊ SE LIMITA DE ALGUMA FORMA PARA SE PRESERVAR? POR EXEMPLO, A ESCOLHA DAS ROUPAS ATENDE A ALGUM CRITÉRIO ESPECÍFICO QUE NÃO SE APLICARIA SE NÃO FOSSE MULHER?

VINHETA

APRESENTADORA: FICAMOS POR AQUI! SE VOCÊ GOSTOU DO EPISÓDIO, ASSINE PARA RECEBER ALERTAS QUANDO PUBLICARMOS O PRÓXIMO EPISÓDIO, LEMBRANDO QUE SAI UM EPISÓDIO NOVO A CADA QUINZE DIAS. E SEGUIR A GENTE NO INSTAGRAM: @ELASPORELASPODCAST. TEM ALGUMA CRÍTICA, DÚVIDA OU SUGESTÃO? ESTAMOS ABERTAS PARA OUVIR, LER OU ASSISTIR LÁ NO INSTA!

COM APOIO TÉCNICO DE ANDRÉ ARAÚJO E GLAUBER OLIVEIRA E ORIENTAÇÃO DO PROFESSOR ELTON BRUNO, EU SOU FLÁVIA SAID, GRAVANDO DO LABORATÓRIO DE RÁDIO DA FAC/UNB. ATÉ O PRÓXIMO EPISÓDIO!

VINHETA

Universidade de Brasília
Faculdade de Comunicação
Departamento de Jornalismo

APÊNDICE M

ROTEIRO – EPISÓDIO 3

Episódio #3 – A atuação feminina em movimentos da sociedade civil

INTRODUÇÃO

APRESENTADORA: OLÁ, SEJA BEM-VINDA, SEJA BEM-VINDO! EU SOU FLÁVIA SAID E CHEGAMOS AO TERCEIRO EPISÓDIO DA SÉRIE DE *PODCASTS* “ELAS POR ELAS”, PROJETO QUE SE DISPÕE A DEBATER AS QUESTÕES QUE ENVOLVEM A PARTICIPAÇÃO E A REPRESENTATIVIDADE DE MULHERES NA POLÍTICA.

NO EPISÓDIO ANTERIOR, FALAMOS COM UMA MARQUETEIRA POLÍTICA E UMA LOBISTA/ASSESSORA PARLAMENTAR. EU LEMBRO A VOCÊ QUE OS EPISÓDIOS ANTERIORES ESTÃO DISPONÍVEIS NA SUA PLATAFORMA DE ÁUDIO PREDILETA, ALÉM DE ESTAREM TAMBÉM NO SITE DO LABAUDIO.

HOJE, O ASSUNTO É COM MULHERES QUE ATUAM EM MOVIMENTOS DA SOCIEDADE CIVIL ORGANIZADA. VAMOS ENTREVISTAR **MILITANTE DE MOVIMENTO ESTUDANTIL** E **ATIVISTA DE MOVIMENTO SOCIAL**.

FIQUE COM A GENTE!

VINHETA

APRESENTADORA: EU GOSTARIA DE DAR AS BOAS-VINDAS ÀS NOSSAS DUAS CONVIDADAS E PEDIR PARA QUE ELAS FAÇAM UMA BREVE APRESENTAÇÃO DE SI.

CONVIDADA 1: AGRADECE E SE APRESENTA.

CONVIDADA 2: AGRADECE E SE APRESENTA.

APRESENTADORA: MAIS UMA VEZ, OBRIGADA PELA PRESENÇA DE VOCÊS NA RODA HOJE. BOM, A GENTE SABE QUE MUITAS MULHERES COMEÇAM NA VIDA POLÍTICA ATRAVÉS DE MOVIMENTOS SOCIAIS, AINDA NA ESCOLA OU NAS FACULDADES. DAÍ, EU QUERIA SABER SE VOCÊS COMO VEEM AS LIDERANÇAS NESSES MOVIMENTOS. AINDA SÃO ESPAÇOS MASCULINOS? TAMBÉM QUERIA QUE ME RESPONDESSEM À PERGUNTA: COMO É LIDERAR SENDO MULHER?

CONVIDADA 1: (...)

CONVIDADA 2: (...)

OUTRAS QUESTÕES:

- HÁ ESPAÇO E, MAIS AINDA, INCENTIVOS À PARTICIPAÇÃO FEMININA NOS MOVIMENTOS SOCIAIS?
- COMO PORTA DE ENTRADA PARA A POLÍTICA FORMAL, ESSES MOVIMENTOS POSSUEM FORMAÇÕES ESPECÍFICAS PARA JOVENS MULHERES?
- QUE AVANÇOS VOCÊS ENXERGAM NOS MOVIMENTOS NO BRASIL? E QUE DESAFIOS AINDA EXISTEM?
- COMO INCENTIVAR A PRESENÇA DE MAIS MULHERES NA POLÍTICA?

VINHETA

APRESENTADORA: FICAMOS POR AQUI! SE VOCÊ GOSTOU DO EPISÓDIO, ASSINE PARA RECEBER ALERTAS QUANDO PUBLICARMOS O PRÓXIMO EPISÓDIO, LEMBRANDO QUE SAI UM EPISÓDIO NOVO A CADA QUINZE DIAS. E SEGUIR A GENTE NO INSTAGRAM: @ELASPORELASPODCAST. TEM ALGUMA CRÍTICA, DÚVIDA OU SUGESTÃO? ESTAMOS ABERTAS PARA OUVIR, LER OU ASSISTIR LÁ NO INSTA!

COM APOIO TÉCNICO DE ANDRÉ ARAÚJO E GLAUBER OLIVEIRA E ORIENTAÇÃO DO PROFESSOR ELTON BRUNO, EU SOU FLÁVIA SAID, GRAVANDO DO LABORATÓRIO DE RÁDIO DA FAC/UNB. ATÉ O PRÓXIMO EPISÓDIO!

VINHETA

Universidade de Brasília
Faculdade de Comunicação
Departamento de Jornalismo

APÊNDICE N

ROTEIRO – EPISÓDIO 4

Episódio #4 – Repensando as formas de atuação de mulheres na política

INTRODUÇÃO

APRESENTADORA: OLÁ, SEJA BEM-VINDA, SEJA BEM-VINDO! EU SOU FLÁVIA SAID E ESSE É O EPISÓDIO FINAL DA SÉRIE DE *PODCASTS* “ELAS POR ELAS”, PROJETO QUE VISA A DEBATER AS QUESTÕES QUE ENVOLVEM A PARTICIPAÇÃO E A REPRESENTATIVIDADE DE MULHERES NA POLÍTICA.

TODOS OS EPISÓDIOS DA SÉRIE, INCLUSIVE O PILOTO, ESTÃO DISPONÍVEIS NA SUA PLATAFORMA PREFERIDA DE ÁUDIO E TAMBÉM NO SITE LABAUDIO/UNB.

NO ENCERRAMENTO DESSA SÉRIE, VAMOS FALAR SOBRE O FUTURO, COM QUESTIONAMENTOS E INQUIETAÇÕES SOBRE O FUTURO DA PARTICIPAÇÃO DE MULHERES NA POLÍTICA. O BATE-PAPO DE HOJE É COM DUAS ACADÊMICAS: [CIENTISTA POLÍTICA OU SOCIOLOGA](#) E [ANTROPÓLOGA OU ADVOGADA](#).

FIQUE COM A GENTE!

VINHETA

APRESENTADORA: APRESENTAR OS CURRÍCULOS ACADÊMICOS DAS ENTREVISTADAS E DAR AS BOAS-VINDAS.

BOM, ENTÃO PRA COMEÇAR, EU PERGUNTO A VOCÊS: HÁ RAZÕES PARA SER OTIMISTA QUANTO À IGUALDADE DE GÊNERO NO BRASIL? QUAIS FORAM OS AVANÇOS MAIS SIGNIFICATIVOS CONQUISTADOS NAS ÚLTIMAS DÉCADAS?

CONVIDADA 1: (...)

CONVIDADA 2: (...)

OUTRAS QUESTÕES:

- NUM DOS PRIMEIROS EPISÓDIOS, ABORDAMOS A QUESTÃO DO ESTEREÓTIPO POLÍTICO DE GÊNERO. PODERIAM COMENTAR COMO AS

RESPECTIVAS ÁREAS ENXERGAM O CONCEITO? QUE PREJUÍZOS A APLICAÇÃO DESSES ESTERÓTIPOS TEM NA VIDA SOCIAL?

- AO LONGO DOS ÚLTIMOS EPISÓDIOS, NÓS FALAMOS SOBRE ESTRATÉGIAS PARA INCENTIVAR MULHERES A ENTRAREM NA POLÍTICA, NÃO NECESSARIAMENTE ATRAVÉS DE CARGOS ELETIVOS, MAS NAS SUAS VARIADAS EXPRESSÕES. DE QUE FORMA ESSES INCENTIVOS PODERIAM SER FORNECIDOS PELAS INSTITUIÇÕES? QUAL A CONTRIBUIÇÃO DA ACADEMIA? E DA MÍDIA?
- VOCÊS ACREDITAM QUE VAMOS ALCANÇAR NO BRASIL UM GRAU DE IGUALDADE DE GÊNERO EM TERMOS DE REPRESENTAÇÃO POLÍTICA OU ISSO AINDA É UTOPIA?

APRESENTADORA: FICAMOS POR AQUI, CERTAS DE QUE, COMO BEM DISSE MILLÔR FERNANDES, “TEMOS UM ENORME PASSADO PELA FRENTE”. O IMPORTANTE É QUE IREMOS ENFRENTÁ-LO JUNTAS, DE BRAÇOS DADOS, COM SORORIDADE E ATENTAS AO LUGAR DE FALA DE CADA UMA. OBRIGADA PELA PRESENÇA DE VOCÊS HOJE.

CONVIDADA 1: AGRADECE E SE DESPEDE.

CONVIDADA 2: AGRADECE E SE DESPEDE.

VINHETA

APRESENTADORA: FICAMOS POR AQUI! SE VOCÊ GOSTOU DO EPISÓDIO, ASSINE PARA RECEBER ALERTAS QUANDO PUBLICARMOS O PRÓXIMO EPISÓDIO, LEMBRANDO QUE SAI UM EPISÓDIO NOVO A CADA QUINZE DIAS. E SEGUIR A GENTE NO INSTAGRAM: @ELASPORELASPODCAST. TEM ALGUMA CRÍTICA, DÚVIDA OU SUGESTÃO? ESTAMOS ABERTAS PARA OUVIR, LER OU ASSISTIR LÁ NO INSTA!

COM APOIO TÉCNICO DE ANDRÉ ARAÚJO E GLAUBER OLIVEIRA E ORIENTAÇÃO DO PROFESSOR ELTON BRUNO, EU SOU FLÁVIA SAID, GRAVANDO DO LABORATÓRIO DE RÁDIO DA FAC/UNB. ATÉ O PRÓXIMO EPISÓDIO!

VINHETA